

# Neue Wege gehen



Nachhaltigkeitsbericht 2014/2015

**BAUR** GRUPPE

■ ■ ■ ■ *A member of the otto group*

»Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben.«

Albert Einstein,  
Theoretischer Physiker (1879 – 1955)



**Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,  
liebe Leserinnen und Leser,**

der dritte Nachhaltigkeitsbericht der BAUR-Gruppe möchte Ihr Interesse auf ein Thema lenken, das uns besonders am Herzen liegt. Sie sind herzlich eingeladen, unser Engagement in verschiedenen gesellschaftlichen und sozialen Verantwortungsbereichen kennenzulernen. Zugleich möchten wir den Blick nach vorn richten und Ihnen unsere nächsten Ziele vorstellen.

Wir wollen nachhaltig handeln: das heißt, kontinuierlich und langfristig, bewusst und zukunftsorientiert im Sinne der Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt. Das Fundament hat BAUR 1999 gelegt: Wir haben den Umweltschutz als eines unserer strategischen Unternehmensziele aufgewertet. Es folgte der Aufbau eines umfassenden Umweltmanagementsystems, das schrittweise um Ziele aus den Bereichen Arbeits-, Gesundheits- und Klimaschutz sowie Energiemanagement erweitert wurde. Darüber hinaus lassen wir regelmäßig das Umweltmanagementsystem unserer Unternehmen BAUR, BFS Baur Fulfillment Solutions, octobo, UNITO und Zweite Hermes TranStore Service nach DIN ISO 14001 begutachten. Auf dieser Grundlage entwickeln wir immer wieder neue Verbesserungsmaßnahmen.

Beim Umwelt- und Klimaschutz haben wir große Fortschritte erzielt. Wir haben uns das feste Ziel gesetzt, die CO<sub>2</sub>-Emissionen an allen unseren Standorten kontinuierlich zu reduzieren und wollen bis zum Jahr 2020 die ambitionierte Schwelle von 70% erreichen und im Idealfall überschreiten.

Als ein Mitglied der weltweit aktiven Otto Group handeln wir gemäß dem Code of Conduct unseres Konzernverbundes. Dies umfasst künftig die kontinuierliche Prüfung und Qualifizierung unserer Geschäftspartner, insbesondere der Dienstleister und Lieferanten von Nicht-Handelswaren.

Sehr wichtig sind uns Verbesserungen, die direkt auf die Arbeitsbedingungen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zielen: Aus- und Weiterbildung, Gesundheitsmanagement und Arbeitssicherheit sowie flexible Arbeitszeitmodelle sind bedeutende Tätigkeitsfelder. Wir verfolgen das Ziel, im Rahmen unserer Strategie zur Unternehmensverantwortung auch in diesen Bereichen weitere Maßstäbe zu setzen.

Wir sind eine Unternehmensgruppe, die nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum anstrebt. Der Erfolg in unseren Märkten schafft zugleich die Basis für unser gesellschaftliches Engagement. Wir sichern damit die Arbeitsplätze an unseren Standorten und stärken zugleich die Heimatregion. Auch in Zukunft werden wir uns regional einbringen und Verantwortung wahrnehmen.

All dies und noch zahlreiche weitere Informationen zu unseren vielfältigen Aktivitäten für Umwelt, Gesellschaft und Nachhaltigkeit haben wir in diesem Report zusammengefasst. Wir werden Sie auch in Zukunft regelmäßig über unser Engagement informieren und freuen uns über Ihr Interesse. Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen

Ihr

Albert Klein

Sprecher der  
Geschäftsführung  
der BAUR-Gruppe



Albert Klein, Sprecher der  
Geschäftsführung.



- Vorwort** .....3
- Die BAUR-Gruppe**
- Vom Schuhversand zum Online-Händler .....5
- Die Berichtsunternehmen auf einen Blick .....6
- Geschichte des Nachhaltigkeitsmanagements**...8
- Umwelt- und Klimaschutz**
- BAUR setzt auf eine nachhaltige Energieversorgung .....10
- Unsere Verantwortung für eine kontinuierliche Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen.....11
- Das Abfallmanagement – ein wichtiger Bestandteil für die ökonomische Bilanz von BAUR .....12
- Das Nachhaltigkeitsengagement von BAUR .....13
- Die BAUR-Bachpatenschaft .....13
- Unser Beitrag zur Erhaltung der biologischen Vielfalt .....14
- CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung .....15
- »Think before you print«.....15
- Ein Standort entwickelt sich .....16
- Sortiment, Kunde und Lieferant**
- Unsere Sozialverantwortung.....18
- Von Natur aus nachhaltig:
- Werbemittelproduktion bei BAUR .....19
- Die BAUR-Komplettlieferung .....19
- Trusted Shops.....20
- TÜV-geprüfter Bestellprozess.....20
- BAUR jetzt noch sicherer .....21
- Weiterempfehlungsmonitor WEM.....21
- QUELLE setzt ein Zeichen für den Umgang mit Wasser .....22
- Der Universal-Klimawald.....22
- Mitarbeiter**
- Die bunte Vielfalt der BAUR-Arbeitswelt .....24
- Gelebte Arbeitssicherheit bei BFS .....25
- Neue Packerei am Logistikstandort Seewiese .....25

- Menschen mit Behinderung sind eine Bereicherung für die Unternehmenskultur .....26
- Betriebliche Kinder-Ferienbetreuung .....27
- We link family.....27
- Homeoffice im Kundendialog für eine bessere Work-Life-Balance.....28
- Kulturwerte als Erfolgsfaktor .....28
- Sommer im HUB Altenkunstadt .....29
- Trinkwasserspender in der BAUR-Logistik .....29
- Sportliches Highlight am Obermain: der BAUR-Triathlon.....30
- Ehre, wem Ehre gebührt: unsere BAUR-Jubilare.....30
- Gesellschaft**
- Vielfältige Engagements in der Region.....32
- 6. Bayreuther Ökonomiekongress .....33
- BAUR modernisiert Büroflächen.....34
- FAB-Projekte.....34
- Alphabetisierungsprojekt Burkina Faso.....35
- Kommunale Zusammenarbeit im Zeichen guter Nachbarschaft.....35
- Die CR-Strategie**
- CR-Strategie der BAUR-Gruppe.....37
- CR-Strategieprozess .....38
- CR-Strategie 2025 der BAUR-Gruppe.....40
- Teilstrategien aus der CR-Strategie der Otto Group .....42
- Strategie für Mitarbeiterzufriedenheit.....44
- Strategie für eine starke Region.....48
- CR-Projekte von UNITO und CR-Roadmap der BAUR-Gruppe .....50
- Ergebnisse, Ziele und Maßnahmen**
- Auf einen Blick informiert: unsere Ergebnisse .....53
- Auf einen Blick informiert: unsere Ziele .....55
- Ihre Meinung ist uns wichtig** .....58

## Vom Schuhversand zum Online-Händler

BAUR – ein Name mit Tradition und Renommee. Ein Unternehmen, das auf festen Wertevorstellungen gründet und diese Stärken nutzt, um Zukunft zu gestalten. Es sind vier Werte, kunden- und erfolgsorientiert, ehrlich und wertschätzend, denen wir eine herausragende Bedeutung beimessen, die maßgeblich unsere Unternehmenskultur prägen. Es sind Qualitäten, die bereits unser Gründer vorlebte: Dr. Friedrich Baur war eine herausragende Unternehmerpersönlichkeit, der in seinem Handeln stets Verantwortung übernahm für Mitarbeiter, Menschen, Region und Gesellschaft.

Er gründete 1925 im oberfränkischen Burgkunstadt den ersten Schuhversand in Deutschland, erweiterte beständig das Angebot und entwickelte BAUR zu einem der größten Versandhäuser des Landes. Visionär war die Einrichtung der Friedrich-Baur-Stiftung im Jahr 1953, die nach dem Tod der Familie maßgeblich Verantwortung für den Bestand der Firma übernahm. Seit 1997 ist BAUR Mitglied der weltweit aktiven Otto Group.

In den vergangenen Jahren hat sich der Katalog-Versender zu einem dynamischen Internet-Anbieter und Dienstleister gewandelt. Der Auftritt baur.de zählt zu

den zehn größten Online-Shops in Deutschland. Klare Kunden- und Serviceorientierung, hohe Qualitätsansprüche sowie ein stets aktuelles Angebot in den Sortimentsschwerpunkten Mode, Schuhe und Möbel zählen zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren. BAUR konzentriert sich vor allem auf Kundinnen im Alter von 40 bis 55 Jahren. Ergänzt wird der Online-Marktauftritt, er steht für mehr als 80% des Geschäftsvolumens, von Katalogen, die sich jahreszeitlichen oder besonderen modischen Themen widmen.

BAUR steht nach 90 Jahren bewegter Historie für eine vielfältig aufgestellte Unternehmensgruppe, die sich auf das Online-Geschäft und handelsnahe Services konzentriert. Neben dem Kernunternehmen, Baur Versand, zählen zur Gruppe das Dienstleistungsunternehmen BFS Baur Fulfillment Solutions, die Zweite Hermes TranStore Service GmbH & Co KG, der Schuhspezialversand l'm walking sowie octobo, Spezialist für Online-Marketing. Die jüngste Tochtergesellschaft empiriecom startet am 1. März 2015 als Dienstleistungsunternehmen für E-Commerce. Zudem verantwortet die österreichische Tochter UNITO Marken wie Universal, Otto Österreich, Quelle Deutschland, Quelle Österreich, Quelle Schweiz, Ackermann und Alpenwelt.



Stammsitz in Burgkunstadt.



Verwaltungsgebäude in Weismain.

# Die BAUR-Gruppe



# Die BAUR-Gruppe

## Die Berichtsunternehmen auf einen Blick



Firmierung: BFS Baur Fulfillment Solutions GmbH  
 Gründung: 2004  
 Sitz: Burgkunstadt  
 Geschäftsfeld: Fulfillment-Dienstleistungen  
 Kundendialog, Warenhandling  
 und Zahlungsmanagement  
 Info im Web: [www.baur-fs.de](http://www.baur-fs.de)



Firmierung: Unito Versand & Dienstleistungen GmbH  
 Gründung: 2003  
 Sitz: Salzburg  
 Geschäftsfeld: Multichannel-Versandhandel  
 Info im Web: [www.universal.at](http://www.universal.at), [www.ottoversand.at](http://www.ottoversand.at),  
[www.quelle.at](http://www.quelle.at), [www.ackermann.ch](http://www.ackermann.ch),  
[www.quelle.ch](http://www.quelle.ch), [www.otto.it](http://www.otto.it)  
[www.quelle.de](http://www.quelle.de)



*A member of the otto group*

Firmierung: BAUR Versand (GmbH & Co KG)  
 Gründung: 1925  
 Sitz: Burgkunstadt  
 Geschäftsfeld: Multichannel-Versandhandel  
 Info im Web: [www.baur.de](http://www.baur.de)  
[www.imwalking.de](http://www.imwalking.de)



*A member of the otto group*

Firmierung: empiricom KG  
 Gründung: März 2015  
 Sitz: Burgkunstadt  
 Geschäftsfeld: E-Commerce-Dienstleistungen

# BAUR GRUPPE



*A member of the otto group*



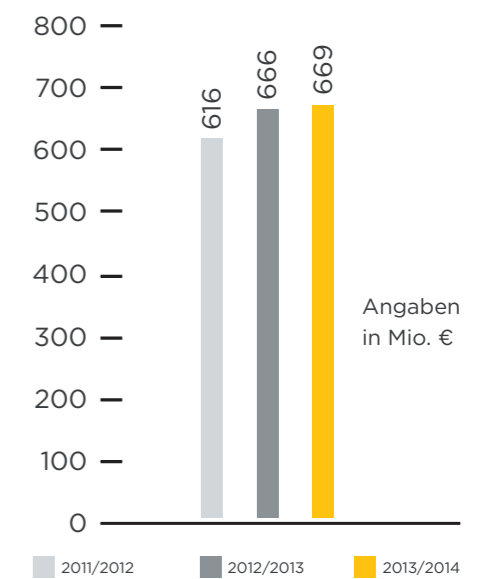
Firmierung: Zweite Hermes TranStore Service GmbH & Co KG (2.HTS)  
 Gründung: 2001  
 Sitz: Burgkunstadt  
 Geschäftsfeld: Logistikdienstleistungen



*A member of the otto group*

Firmierung: octobo GmbH  
 Gründung: 2008  
 Sitz: Weismain  
 Geschäftsfeld: E-Commerce-Dienstleistungen

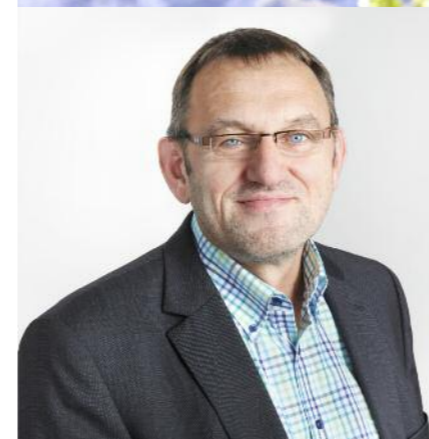
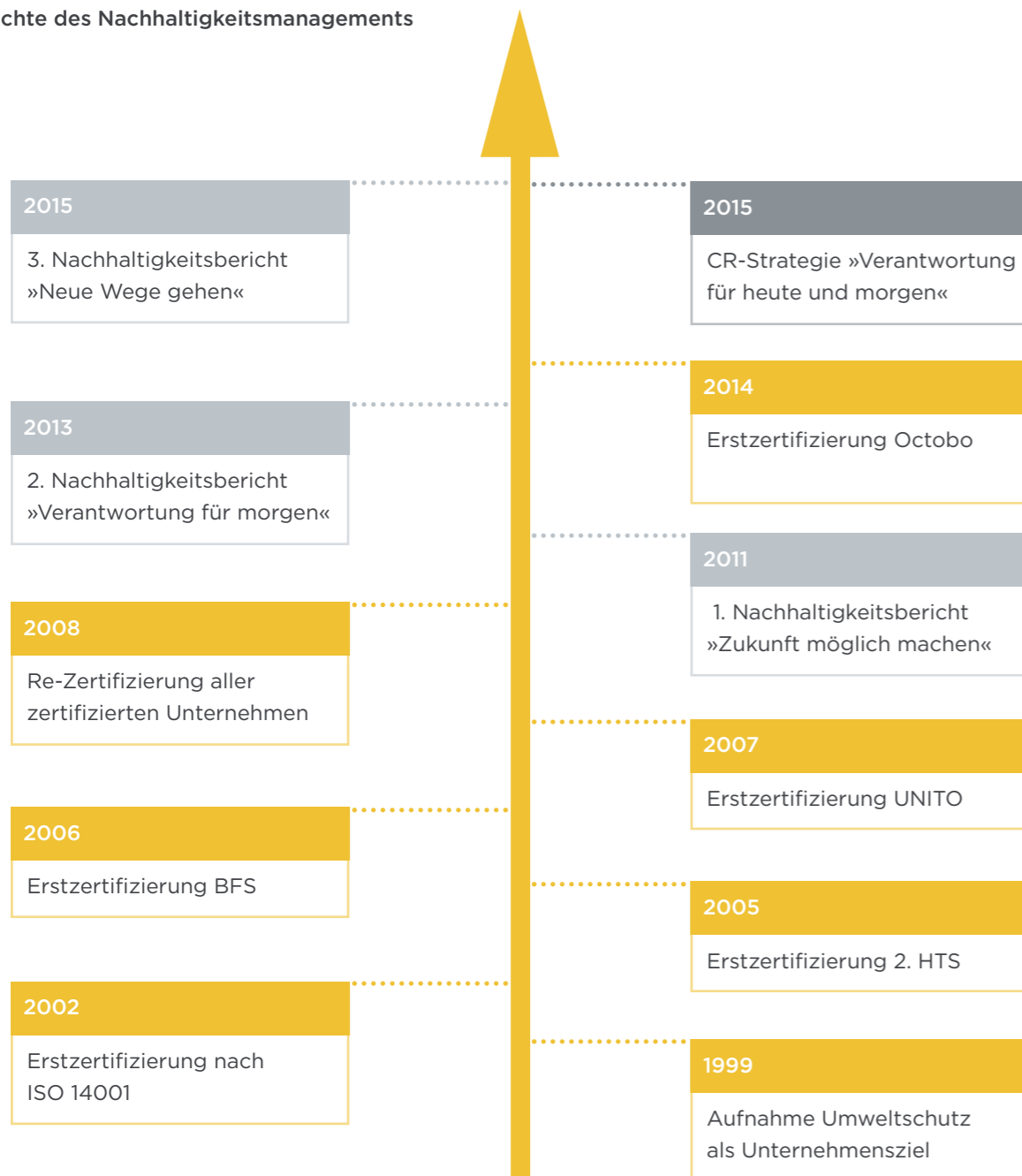
Außenumsatz der BAUR-Gruppe



Als Außenumsatz bezeichnet man den Kundenumsatz ohne Steuern (lt. IFRS).

# Geschichte des Nachhaltigkeitsmanagements

## Geschichte des Nachhaltigkeitsmanagements



»Wir verfolgen aus Überzeugung ehrgeizige Ziele im Umwelt- und Klimaschutz. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen an unseren Standorten wollen wir bis 2020 um mindestens 70% im Vergleich zum Ausgangsjahr 2006 reduzieren.«

Erhard Ströhl, Bereichsleiter Informationsmanagement/Bau und Technik



»Reine Luft, saubere Böden und ungiftige Lebensmittel gehören zu den Menschenrechten.«

Felipe de Borbón,  
spanischer Thronfolger (\*1968)



# Umwelt- und Klimaschutz

## BAUR setzt auf eine nachhaltige Energieversorgung

### Unser Energieverbrauch

Die größten Strom- und Energieverbraucher stellen, neben der Beleuchtung in den Hallen, die Heizungsanlagen an den Standorten dar. Durch die Erweiterung von Flächen und eine erhöhte Logistiktätigkeit ist der Energieverbrauch in den vergangenen Jahren gestiegen. Aus diesem Grund wurde im Jahr 2012 am Standort Altenkunstadt ein erdgasbetriebenes Blockheizkraftwerk in Betrieb genommen. Der hier erzeugte Strom wird zu 90%, die erzeugte Wärme sogar zu 100% am Standort verwendet. Dies und der verringerte Energieverbrauch aufgrund der Schließung der Kaufwelt BAUR haben eine große Auswirkung auf die Energiebilanz. Mit der Inbetriebnahme einer Photovoltaikanlage in Altenkunstadt und eines weiteren

Blockheizkraftwerks in Weismain ist eine weitere Senkung des Energieverbrauchs erfolgt. Im Rahmen des Energiemanagements werden regelmäßig Messungen durchgeführt, um weiteres Optimierungspotenzial ermitteln zu können.

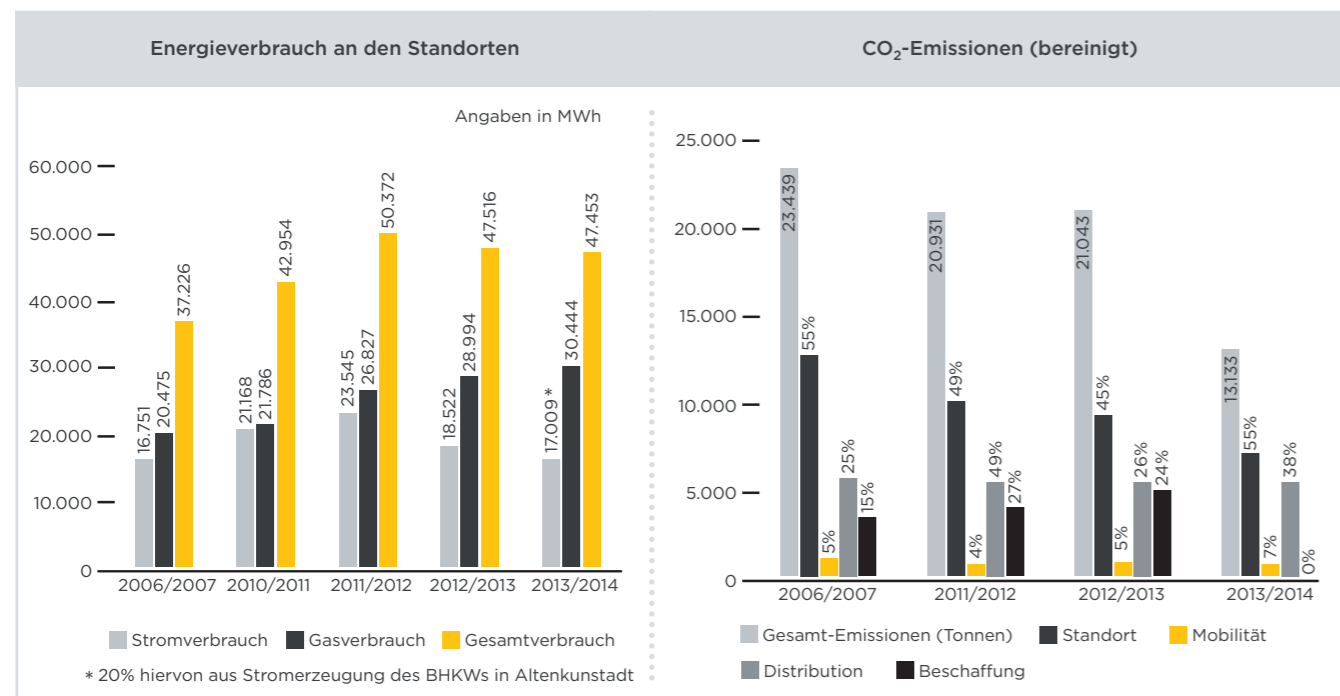
### Unsere Klimaziele

Die Otto Group hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, die CO<sub>2</sub>-Emissionen in den Bereichen Standort, Beschaffung, Distribution und Mobilität bis zum Jahr 2020 um 50% (auf Basis des Geschäftsjahrs 2006/2007) und bis 2040 sogar um 70% zu senken. Die BAUR-Gruppe unterstützt diese Strategie aktiv und hat in den vergangenen Jahren verschiedene Maßnahmen umgesetzt, die bereits zu einer deutlichen Reduktion

der bereinigten CO<sub>2</sub>-Emissionen geführt haben. Aufgrund einer internen Umstrukturierung erfolgt die Beschaffung der BAUR-Artikel zukünftig zentral über die Otto Group. Aus diesem Grund wird im Geschäftsjahr 2013/2014 der Bereich Beschaffung nicht mehr in der Bilanz der BAUR-Gruppe aufgeführt und in der Grafik bereinigt.

Im Versandhandel dreht sich alles um Pakete. Was liegt da näher, als die CO<sub>2</sub>-Reduktion hierüber messbar zu machen? Im Geschäftsjahr 2013/2014 entstanden bei der BAUR-Gruppe Deutschland pro 1.000 versendeten Päckchen lediglich 0,260 Tonnen CO<sub>2</sub>. Im Vergleich zum Vorjahr konnten die Emissionen somit fast halbiert werden.

auch hier ein großer Anteil der benötigten Energie selber erzeugt werden. Diese Strommenge von 1.590.000 kWh deckt 48% des Strombedarfs der Gebäude und Einrichtungen am Standort ab. Die erzeugte Wärme wird zu 100% von BAUR genutzt und deckt den Bedarf zu 57% ab. Eine solche Erzeugung erfolgt deutlich kostengünstiger und umweltfreundlicher als die herkömmliche Stromerzeugung durch den Versorger. Mittels der beiden Blockheizkraftwerke in Weismain und Altenkunstadt kann BAUR im Jahr 1.900 Tonnen CO<sub>2</sub> einsparen. Die Sonne ist der beste Energieträger – warum also nicht nutzen? Genau das dachte sich auch BAUR und nahm im Juli 2014 eine Photovoltaikanlage auf der Frachthalle in Altenkunstadt in Betrieb. Die hier erzeugte Strommenge wird zu 100% von BAUR genutzt.



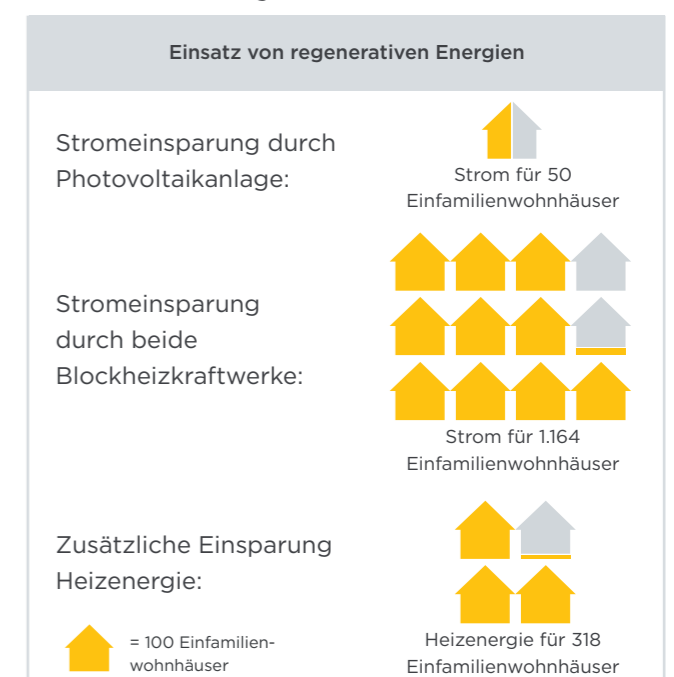
## Unsere Verantwortung für eine kontinuierliche Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen

### Licht ist nicht gleich Licht

Um eine nachhaltige Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen zu erreichen, ist ein breites Maßnahmenpaket für die verschiedenen Verbrauchsstellen erforderlich. Durch den Austausch der bisherigen Lampen in den ersten beiden Stockwerken mit Kommissioniergassen durch 35 W T5-Lampen mit Bewegungsmeldern und Dimmfunktion konnte eine Stromeinsparung von 739.013 kWh (CO<sub>2</sub>-Einsparung in Höhe von 385 Tonnen) erzielt werden, die dem Jahres-Stromverbrauch von 163 Einfamilienhäusern entspricht. Eine Erweiterung dieser Technik auf andere Bereiche ist bereits in Arbeit.

### Strom und Wärme aus regenerativen Energien

Mit der Inbetriebnahme eines weiteren erdgasbetriebenen Blockheizkraftwerkes am Standort Weismain kann



»Der Mensch ist nicht das Produkt seiner Umwelt – die Umwelt ist das Produkt des Menschen.«

Benjamin Disraeli,  
Britischer Premierminister (1804 – 1881)

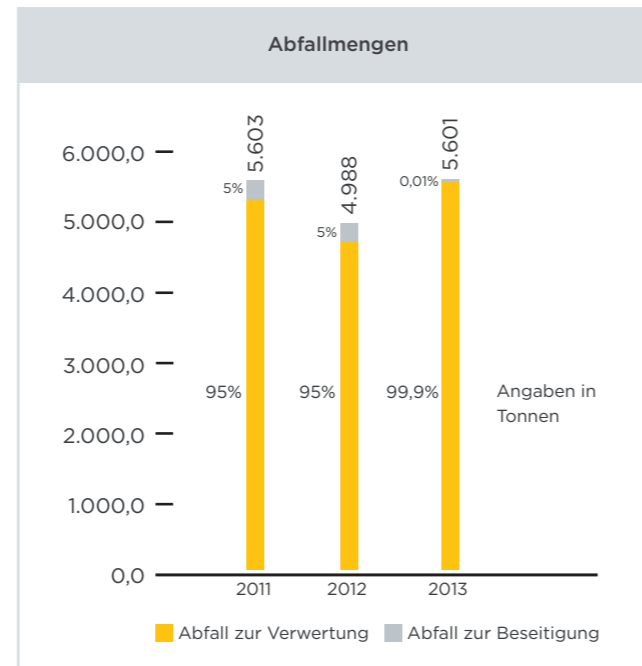


# Umwelt- und Klimaschutz

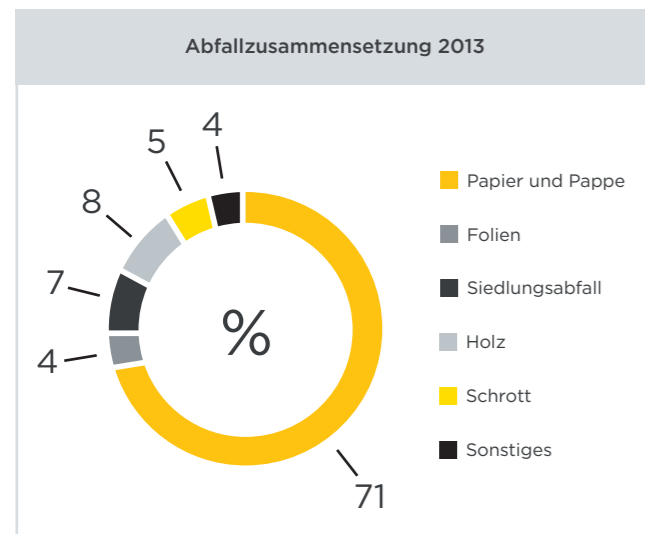
## Das Abfallmanagement – ein wichtiger Bestandteil für die ökonomische Bilanz von BAUR

Eine ordnungsgemäße Abfalltrennung und -sammulung gewinnt in einer Zeit, in der Abfälle vermehrt als Rohstoffquelle verwendet werden, an immer größerer Bedeutung. Der Anstieg der Abfallmenge im Jahr 2013 um 12% auf insgesamt 5.601 Tonnen, bedingt durch ein stetig wachsendes Versandhandelsgeschäft und den Ausbau von Standorten, erfordert eine strukturierte Abfalltrennung in verschiedene Fraktionen.

Ein großes Augenmerk liegt dabei auf dem hohen Anteil von Papier- und Kartonagenabfällen sowie der Trennung von Folienabfällen vom restlichen Abfall. So fallen im Jahr durchschnittlich ca. 4.000 Tonnen Altpapier- und -kartonagen und ca. 240 Tonnen Folien an. Diese Rohstoffe werden einer stofflichen Verwertung zugeführt und finden anschließend ihren Weg zurück in den Wirtschaftskreislauf.



Die Verwertungsquote, d. h. der Anteil an Abfällen, die einer stofflichen oder energetischen Wiederverwendung zugeführt werden, ist auf nahezu 100% gestiegen. Grund hierfür ist zum einen eine verbesserte Abfalltrennung, aber auch gesetzliche Änderungen, die die Einstufung einer Entsorgung über ein Müllheizkraftwerk als energetische Verwertung einstufen. Gefährliche Abfälle, die zum Beispiel durch Chemikalieneinsatz in den Werkstätten anfallen, machen nur einen sehr geringen Anteil aus, bezogen auf die gesamte Abfallmenge. Doch auch diese Abfälle werden ausschließlich über zertifizierte Entsorgungsfachbetriebe einer ordnungsgemäßen und umweltverträglichen Entsorgung zugeführt. Der hohe Standard des Abfallmanagements wird durch regelmäßige Termine vor Ort, standortbezogene Abfallkonzepte und eine stetige Sensibilisierung der Mitarbeiter aufrechterhalten.



## Das Nachhaltigkeitsmanagement von BAUR

BAUR setzt auf eine nachhaltige Unternehmensführung. So wurde das Unternehmen bereits im Jahr 2002 erstmals nach dem Umweltmanagementsystem DIN ISO 14001 zertifiziert. Aufgrund der großen Bedeutung einer sicheren Arbeitsumgebung für die Mitarbeiter wurde ein integriertes Managementsystem eingeführt. Dies bedeutet, dass neben den umweltrelevanten Aspekten auch die Arbeitssicherheit und der Gesundheitsschutz in regelmäßigen Audits begutachtet und bewertet werden. BAUR nimmt seine Verantwortung für ein energieeffizientes und rohstoffschonendes Handeln sehr ernst. Daher wurde im Jahr 2014 erstmalig das Energiemanagement in den Zertifizierungsprozess mit aufgenommen.

Die hohen Anforderungen an ein nachhaltiges Handeln gelten für den BAUR Versand genauso wie für die Tochterfirmen BFS Baur Fulfillment Solutions, Zweite Hermes TranStore Service, Octobo sowie für die österreichische Tochterfirma UNITO mit all deren Standor-

ten. Auch im Jahr 2014 wurde die BAUR-Gruppe in Deutschland und Österreich wieder erfolgreich und ohne Abweichungen nach DIN ISO 14001 zertifiziert. Für eine optimale Steuerung des Nachhaltigkeitsmanagements werden viele Kennzahlen in der konzernweiten CR-Datenbank erfasst. Mittels Tools können die Fortschritte transparent und nachvollziehbar dargestellt werden.



Die Beteiligten sind stolz auf die erneute Zertifizierung.

## Die BAUR-Bachpatenschaft

Bereits im Jahr 2002 hat BAUR die Patenschaft für einen Teil der Weismain, einen Nebenfluss des Mains, übernommen, der an den Standorten Weismain und Altenkunstadt entlangfließt. Ziel ist es, den natürlichen Zustand der Weismain zu erhalten und zu fördern.

In diesem Zusammenhang sind jedes Jahr im Herbst BAUR-Auszubildende und -Mitarbeiter unterwegs, um die insgesamt vier Fließkilometer von Unrat zu befreien. Zur Förderung des natürlichen Zustands wurden in den letzten Jahren z. B. 600 Edelkrebse und

ca. 3.000 Bachforellen eingesetzt. Zudem wurden Brutkästen für die Wasseramsel angebracht.

Um diese Maßnahmen weiterzuentwickeln, findet im Schuljahr 2014/15 erstmalig ein Praxis-Seminar des Gymnasiums Burgkunstadt zu diesem Thema statt. In dieser Projektarbeit nehmen die Schüler selbstständig den Ist-Stand des Baches auf und erarbeiten Maßnahmen, wie der natürliche Lebensraum für Tiere und Pflanzen noch verbessert werden kann.

»Was wir heute tun,  
entscheidet, wie die Welt  
morgen aussieht.«

Boris Pasternak,  
russischer Schriftsteller (1890 – 1960)



# Umwelt- und Klimaschutz

## Unser Beitrag zur Erhaltung der biologischen Vielfalt

2010 fing es mit einem ersten Baum an, mittlerweile sind schon 14 Bäume gepflanzt: Jährlich setzt BAUR auf dem Gelände des Verwaltungsgebäudes in Weismain den Baum des Jahres ein. Ziel dieser Aktion ist es, verstärkt auf bedrohte oder nur noch selten vorkommende Baumarten in Deutschland aufmerksam zu machen und zusätzlich dazu anzuregen, sich mit dieser Baumart zu beschäftigen. 2014 wurde zum Beispiel eine Traubeneiche gepflanzt, im Jahr davor ein Wildapfel.

Doch damit nicht genug: In den vergangenen Jahren arbeitete BAUR mit verschiedenen weiterführenden Schulen in Altenkunstadt und Burgkunstadt zusammen, um gemeinsam Insektenhotels aufzustellen. Durch die intensiven Eingriffe des Menschen in die Naturlandschaft wird den Insekten natürlicher Lebensraum entzogen. Durch den Bau des Insektenhotels, gefördert von der 2. HTS, konnten neue Nist- und Überwinterungsmöglichkeiten geschaffen werden: Offene Lehmtröckenhänge, Totholz, verschieden große Löcher und andere Naturmaterialien verwendeten die Schüler, um die »Zimmer« auszustatten. Nun können sich dort beispielsweise Wildbienen ansiedeln, die im Frühjahr die Obstbäume bestäuben, Blattlausvertilger wie die Florfliege und die allseits bekannten Marienkäfer.

Damit die fleißigen Insekten im Frühjahr auch sofort mit der Arbeit beginnen können, wurden auf der Grasfläche neben dem BAUR-Mitarbeiterparkplatz in Altenkunstadt weitere Vorkehrungen getroffen. Mittlerweile wachsen rund 80 Obstbäume heimischer Arten auf der großen Fläche. Die Blüten der Baumarten Apfel,



Ein Hotel in freier Natur: Hier sind Insekten willkommen!

Birne, Kirsche und Pflaume bieten den Insekten im Frühjahr und Sommer reichlich Nahrung und Bestäubungsmöglichkeiten.

Übrigens: Alle gepflanzten Bäume werden von BAUR bei der Initiative »Plant for the planet« eingetragen, die 2007 vom damals 9-jährigen Felix Finkbeiner gegründet wurde. Das Ziel: auf der ganzen Welt Bäume pflanzen, um den Klimawandel zu bekämpfen. Mittlerweile wurden bereits knapp 13 Mrd. Bäume weltweit bei der Organisation eingetragen, davon 100 von BAUR.

BAUR unterstützt die Initiative außerdem durch den Verkauf der Fairtrade-Schokolade »Die Gute Schokolade«, die es ab Januar 2015 in den Kantinen zu kaufen geben wird. Sie wird absolut klimaneutral produziert, kostet 0,90 € pro Tafel, wovon 0,20 € an »Plant for the planet« gehen – und für fünf Tafeln wird ein Baum gepflanzt. Damit hilft auch Schokolade beim Klimaschutz – und alle BAUR-Mitarbeiter können nun Stück für Stück die Welt retten.

## CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung

UNITO trägt als österreichischer Marktführer im Distanzhandel maßgeblich zu den landesweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen bei. Im Sinne des Klimaschutzes liefert UNITO daher innerhalb Österreichs CO<sub>2</sub>-neutral. Seit dem Jahr 2011 wurden mit der österreichischen Post AG und ab 2013 mit den Logistikpartnern JCL und Gebrüder Weiss gemeinsam Konzepte und Zielvereinbarungen zur CO<sub>2</sub>-neutralen Zustellung erarbeitet und umgesetzt. CO<sub>2</sub>-Emissionen, die von den Logistikpartnern nicht verhindert werden können, werden durch Kompensationen, z. B. durch den Ankauf von Zertifikaten oder durch die Investition in Klimaschutzprojekte, ausgeglichen.

Paketlieferungen an den österreichischen Kunden sind daher gänzlich CO<sub>2</sub>-neutral, wodurch ein wertvoller Beitrag zur Reduktion der landesweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen geleistet wird.

## »Think before you print«

Die Papier- und Ressourcenschonung wird bei UNITO aktiv umgesetzt. So wurde der interne und externe Papierverbrauch z. B. durch einen verstärkten elektronischen Kundenkontakt wie die Einführung von elektronischen Kontoauszügen und Mahnungen sowie die Umstellung auf digitale Prozesse deutlich gesenkt. Unvermeidbare Ausdrücke an den Verwaltungsstandorten werden doppelseitig auf Recyclingpapier gedruckt. Auch die Mitarbeiter von UNITO werden regelmäßig durch Aushänge und Auftritte im Intranet informiert und sensibilisiert.



Im Angesicht des Klimaschutzes: das Zeichen für die CO<sub>2</sub>-neutrale Paketzustellung.



Verstärkter Einsatz von elektronischem Kundenkontakt schont Ressourcen und Umwelt.



»Behandelt die Erde gut.  
Sie wurde euch nicht von  
euren Eltern gegeben.  
Sie ist euch von euren  
Kindern geliehen.«

Afrikanisches Sprichwort

#### Ein Standort entwickelt sich

Als größter Arbeitgeber der Region legen wir großen Wert auf ein gedeihliches Miteinander an unseren Standorten. Dabei sind wir uns sehr bewusst, dass gerade der Betrieb des Logistikzentrums in Altenkunstadt unmittelbare Auswirkungen auf die Anwohner mit sich bringt. Um die Auswirkungen auf Umwelt und Nachbarschaft im Bereich Schallemission zu minimieren, haben wir in den Jahren bis 2014 insgesamt Investitionen in Höhe von 3,1 Mio. Euro getätigt.

So haben wir bereits im Jahr 2010 damit begonnen, Schallschutzwände um den Standort Altenkunstadt zu errichten – sowohl zum Wohngebiet als auch zum Gewerbegebiet. Diese Schallabschirmungen wurden in den vergangenen Jahren stets erweitert und ausgebaut. Die Verlegung der Pforte im Jahr 2013 stellt eine weitere Maßnahme zur Reduktion des Geräuschpegels dar: LKW fahren seitdem nur noch über die Südpforte an. So konnte die Schallemission zum Wohngebiet Weismainer Straße beträchtlich verringert werden.

Als wirksame Maßnahme sorgt ein höheres Einfahrtstor in Richtung Gewerbegebiet dafür, dass die Geräusche des Logistikbetriebes weiter reduziert werden konnten.

Den Handlungsbedarf im Bereich Schallemission haben wir erkannt und agieren entsprechend verantwortungsvoll. Wir werden auch in Zukunft mit den Kommunen und der unmittelbaren Nachbarschaft gemeinsam einvernehmliche Lösungen anstreben.



Der Standort Altenkunstadt vor (2007) ...



... und nach Errichtung der Schallschutzwände (2013).



»Die Marke BAUR steht für Qualität, für Vertrauen und Verlässlichkeit. Das Konzept der Nachhaltigkeit spiegelt sich auch im Marktauftritt und in unserem Anspruch wider, mit unseren Kundinnen dauerhafte Beziehungen aufzubauen.

Aliz Tepfenhart, Geschäftsführerin Marke und Vertrieb



## »Service heißt, das ganze Geschäft mit den Augen des Kunden zu sehen.«

Axel Haitzer,  
Experte für Personal (Marketing)  
und E-Business (\*1959)



## Kunde, Sortiment und Lieferant

### Unsere Sozialverantwortung

Die Otto Group verankert die Grundsätze nachhaltigen Wirtschaftens noch tiefer in der Konzernorganisation und in den Geschäftsprozessen. Als Konzernunternehmen der Otto Group übernimmt BAUR die soziale Verantwortung und die hohen Anforderungen gegenüber den Lieferanten für sein Sortiment.

Die Grundlage jeder Geschäftsbeziehung zu einem Lieferanten der Otto Group ist der „Code of Conduct“. Er bildet Mindeststandards ab und sichert die soziale Verantwortung in der Lieferkette. Neben einer Gültigkeit für Lieferanten ist er auch für Geschäftspartner der Unternehmensgruppe verpflichtend. Zu den darin geforderten Standards gehören u. a. die Beschränkung von Höchstarbeitszeiten, das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, bezahlte Überstunden und ein dem gesetzlichen Mindestlohn entsprechendes Entgelt.

Um die Einhaltung dieser Standards überprüfen zu können, Transparenz über die Arbeits- und Sozialbe-



Daumen hoch für die Einhaltung der Arbeitsbedingungen in Risikoländern.

dingungen in den Produktionsstätten zu erhalten sowie diese langfristig zu verbessern, hat die Otto Group das dreistufige Sozialprogramm entwickelt. Diese Stufen dienen der Herstellung von Transparenz über die vorherrschenden Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten in Risikoländern von Lieferanten für Eigen- und Lizenzmarken. Vor der ersten Auftragsvergabe werden die Arbeitsbe-

dingungen vor Ort geprüft, wenn nötig Korrekturpläne zur Verfügung gestellt und die erforderlichen Fortschritte überwacht. Erst wenn die Arbeitsbedingungen den Vorgaben des »Code of Conduct« entsprechen, wird eine Geschäftsbeziehung aufgenommen. In der zweiten Stufe wird ausgewählten Fabriken mit einem mehrmonatigen Qualifizierungsprogramm geholfen, die Arbeitsbedingungen nachhaltig zu verbessern und weiterzuentwickeln. In der dritten Stufe werden ausgesuchte Produktionsstätten in partnerschaftlicher Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Ansätzen zu ganzheitlichem nachhaltigem Wirtschaften unterstützt. D. h., in langfristigen Projekten werden in der Fabrik soziale, ökologische und ökonomische Verbesserungen, die über die Mindeststandards im Verhaltenskodex hinausgehen, gemeinsam mit externen Trainern und Experten geplant und eingefügt.



Die Grundlage jeder Geschäftsbeziehung zu einem Lieferanten der Otto Group ist der »Code of Conduct«.

### Von Natur aus nachhaltig: Werbemittelproduktion bei BAUR

Der FSC® (Forest Stewardship Council®) steht für nachhaltige Forstbewirtschaftung, also die ökonomische Bewirtschaftung von Wäldern unter ökologischen und sozialen Aspekten. Als wesentlicher Bestandteil der Papierherstellung spielt der nachwachsende Rohstoff Holz auch in der Werbemittelherstellung bei BAUR eine tragende Rolle. Es ist Teil der CR-Strategie der Otto Group, zu der auch BAUR gehört, den Anteil der eingesetzten FSC®-zertifizierten Papiere nach und nach zu steigern. Bis 2020 soll er 50% erreichen.

Seit der Erstzertifizierung im Jahr 2008 wurden mehr als 15 Milliarden Werbemittelseiten bei BAUR auf FSC®-Papier produziert, in Katalogen ebenso wie in Mailings. Der FSC® ist eine gemeinnützige internationale Organisation, in der Umweltverbände, Sozialorganisationen, fortschrittliche Forstbetriebe und Unternehmen der Holzverarbeitung zusammenarbeiten, um weltweit die Waldbewirtschaftung zu verbessern. Mit dem Siegel des FSC® (FSC-CO11850) werden deshalb Produkte ausgezeichnet, deren Rohstoff Holz aus schonend be-



Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft.

wirtschafteten Wäldern stammt. Um ein FSC®-Projekt durchzuführen, müssen als Grundvoraussetzung sämtliche Glieder der Wertschöpfungskette FSC®-zertifiziert sein: von der ersten Verarbeitungsstufe bis hin zum Händler. Die Otto Group ist seit Ende der 1990er Jahre Förderer des FSC® und seit 2006 Mitglied.

Auch weiterhin werden wir uns bei der Herstellung unserer Werbemittel dafür engagieren, dass Ressourcen geschont und umweltfreundliche Verfahren eingesetzt werden.

### Die BAUR-Komplettlieferrung

Für den Kunden Komfort, für die Umwelt aufatmen – mit der Komplettlieferrung kann der Kunde kostenfrei seine bestellten Artikel auf einmal erhalten. Und das Beste ist, dass der Kunde online selbst wählen kann, ob er alle Artikel seiner Bestellung zusammen erhalten will. Die Zustellung der Bestellung richtet sich nach dem Artikel mit der längsten Lieferzeit. Ein Beispiel: Artikel mit dem Lieferstatus »lieferbar«, »Nachlieferung - kommt in einer Woche« und »Nach-

lieferung - kommt in zwei Wochen« werden zusammen in einer Sendung spätestens nach zwei Wochen versendet. Sind alle Artikel vor dieser Frist lieferbar, wird natürlich sofort versendet. Und wenn es dem Kunden doch zu lange dauert, kann er selbst in seinem Online-Kundenkonto die Option »Komplettlieferrung« jederzeit wieder ändern und die bestellten Artikel einzeln versenden lassen.

»Du lebst für dich,  
wenn du für  
andere lebst.«

Ernst Wilhelm Arnoldi,  
deutscher Kaufmann (1778 – 1841)



# Kunde, Sortiment und Lieferant

## Trusted Shops

Mit Trusted Shops haben wir eine Zertifizierung eingeführt, mit der wir uns für unsere Kunden zuverlässig am Markt positionieren können. Seit Februar 2014 bieten wir dieses neue Gütesiegel auf [www.baur.de](http://www.baur.de) und [www.imwalking.de](http://www.imwalking.de) an. Dadurch genießen unsere Kunden folgende Vorteile:

- BAUR ist ein geprüfter und kontrollierter Händler
- Umfassender Käuferschutz im Fall von Nichtlieferung oder Warenrückgabe
- Erstattung von Selbstbeteiligung bei Kreditkartenmissbrauch
- Schnelle, unkomplizierte Problemlösung und Streit-schlichtung

Das Gütesiegel wurde nach mehreren Online-Shop-Prüfungen auf Rechtssicherheit vergeben. Bevor Online-Händler diese Zertifizierung erhalten, müssen sie sich umfassenden Sicherheitstests unterziehen. Mehr als 100 Einzelkriterien umfassen die Bereiche

Bonität, Sicherheitstechnik, Preistransparenz, Informationspflicht, Kundenservice und Datenschutz. Selbstverständlich werden diese Kriterien laufend den neuesten Entwicklungen von Rechtsprechung und Verbraucherschutz angepasst.



Das Zeichen für  
umfassenden  
Käuferschutz.

Das Gütesiegel ist für ein Jahr gültig, und durch jährliche Prüfungen wird die Einhaltung der Vorgaben sichergestellt. Gerade durch Trusted Shops können wir nah am Kunden sein und uns zeitnah um seine Anliegen kümmern. Ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess und vor allem Fehlerprävention ist unsere tägliche Motivation und Aufgabe.

## TÜV-geprüfter Bestellprozess

Qualität, Sicherheit und Transparenz des Bestellprozesses wurden vom TÜV Saarland und der tekit Consult Bonn GmbH bestätigt: BAUR Versand (GmbH & Co KG) ist berechtigt, das Prüfzeichen „Geprüfter Bestellprozess“ für die Bestell-

abläufe des elektronischen Versandhandels unter [www.baur.de](http://www.baur.de) zu führen. Der Nachweis wurde durch eine erfolgreiche Online-Prüfung und Auditierung des Bestellablaufs auf Transparenz, Datensicherheit und Benutzer-



Das Zeichen für »Geprüfte Bestellprozesse«.

freundlichkeit erbracht. Weiterhin bietet ein gesichertes Verfahren zur Warenauslieferung folgende Vorteile:

- Barrierefreie Nutzung der Bestellseite
- Anwenderfreundlichkeit
- Zuverlässige Bestellabwicklung

**Grundlage dieser Zertifizierung sind:**

- der »Anforderungskatalog Bestellprozess Version 1.6«
- der Prüfbericht TR01695
- Zertifikat-Nr. Z2014/1286

Die erfolgreiche TÜV-Zertifizierung verleiht BAUR Versand GmbH & Co KG somit ein hohes Maß an Vertrauenswürdigkeit.

## BAUR – jetzt noch sicherer

Optimal geschützt ist nun das Kundenkonto bei [baur.de](http://baur.de) – mit der Kombination aus E-Mail-Adresse und einem individuellen Passwort. Bestehende Kunden können sich bequem mit den bisherigen Logindaten ummelden und so ihr Kundenkonto schützen, Neukunden können direkt bei der Erstregistrierung die nötigen Daten miterfassen und sofort ihren Login

nutzen. Für ungeübte Benutzer wurde die Funktion »Passwort anzeigen« eingebaut, da sich Tippfehler doch schnell einschleichen und somit für diesen Fehlerfall Unterstützung angeboten wird. Für eine sichere Passwortwahl wird eine Unterstützung durch eine direkte Verifizierung der Passwortkomplexität angeboten. Somit kann der Kunde sein Konto bestmöglichst absichern.

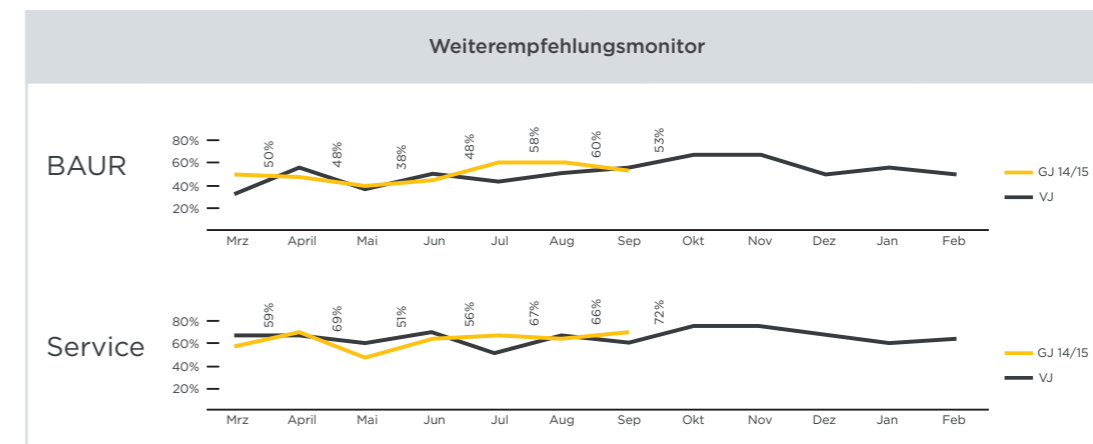


Abbildung:

Entwicklung der Weiterempfehlungsbereitschaft im Jahresvergleich in den Kategorien »Zufriedenheit mit der Marke BAUR insgesamt« sowie »Service«. Werte ab 60% in der Kategorie »Service« gelten im Vergleich von Unternehmen innerhalb der Otto Group als überdurchschnittlich.

## Weiterempfehlungsmonitor WEM

Service bei BAUR weist zahlreiche Facetten auf: Kundennähe, Freundlichkeit und ein hohes Maß an Kompetenz in Beratung und Betreuung sind wesentliche und auf Dauer festgeschriebene Serviceziele innerhalb der Organisation. Ob TÜV-geprüfter Bestellprozess, Komplettlieferteilung oder moderne Online-Beratungsmöglichkeiten – BAUR bietet ein Bündel an Serviceleistungen, die unmittelbar auf die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden wirken und den Unterschied im Wettbewerb ausmachen.

Der im Jahr 2010 eingeführte Weiterempfehlungsmonitor (WEM) hat sich als wichtiges und aussagefähiges

Mess- und Steuerinstrument etabliert. Er misst im Rhythmus monatlicher Befragungen die Zufriedenheit unserer Kunden. So geben die Befragten auf einer Skala von 1 (»auf gar keinen Fall«) bis 10 (»auf jeden Fall«) Auskunft, ob sie BAUR im Freundes- und Bekanntenkreis weiterempfehlen werden. Die Ergebnisse sorgen für Transparenz, lassen Entwicklungen erkennbar werden und spiegeln den hohen Servicegrad wider. So konnten im Geschäftsjahr 2014/2015 die sehr guten Zufriedenheitswerte des Vorjahres wiederum erreicht und teilweise übertroffen werden.

»Wenn man das Glück des Erfolges hatte, sollte man etwas zurückgeben.«

Michael Otto,  
Vorsitzender des Aufsichtsrates  
Otto GmbH & Co. KG (\*1943)

#### QUELLE.at setzt Zeichen für den Umgang mit Wasser

QUELLE Österreich setzt ein Zeichen für den bewussten Umgang mit der Ressource Wasser. In Kooperation mit dem Lebensministerium startete QUELLE 2012 die Initiative »QUELLE = Wasser«. Im Rahmen des Projektes spendete QUELLE für jede verkaufte Waschmaschine mit der Energieeffizienz A++ oder höher 5 € an das Projekt des Lebensministeriums »Wasser ist Leben von der QUELLE zur Kläranlage« im Rahmen der Jugendplattform Generation Blue. Bei dem Projekt „Wasser ist Leben“ ging es um die Bewusstseinsbildung für die Bedeutung von Wasser. Die gemeinsame Initiative von QUELLE Österreich und dem Lebensministerium wurde von Rosalie Factory – mit dem Fokus auf nachhaltige Projekte mit Kindern zum Thema Wasser – ab dem Kindergarten bis hin zu allen Schulstufen mit Herzblut und Engagement umgesetzt. Ziel war eine nachhaltige Wertschätzung im Umgang mit Wasser, die durch klare, gut verständli-

che und im Alltag der Kinder erlebbare Umsetzungsschritte erreicht werden sollte. Rosalie Factory setzte hierzu auf wohlüberlegte pädagogische Zugänge, um nachhaltige Wertschätzung zu erlangen. Die Umsetzungsarbeit richtete sich aber nicht nur an die Kinder, sie betraf auch ganz konkret die Elternarbeit. Weitere Informationen unter [www.quelle.at](http://www.quelle.at)



QUELLE engagiert sich dafür, schon bei Kindern Umweltbewusstsein zu wecken.

#### Der Universal-Klimawald

Das Universal-Klimawaldprojekt startete 2011 im »Jahr des Waldes«. Die Idee: Für den Verkauf besonders energiesparender Produkte pflanzt Universal gemeinsam mit dem Lebensministerium einen Klimawald-Baum in Österreich. Momentan unterstützen die Energieauszeichnungen A++ und A+++ dieses Projekt. Aufgeforstete Flächen befinden sich entweder in unterbewaldeten Regionen Österreichs, in Autobahnnähe, in der Nähe von Quellschutzgebieten oder in Gegenden, wo Monokulturen durch klimastabile Mischkulturen ersetzt werden. Das Klimawaldprojekt leistet somit einen kleinen, aber wichtigen Beitrag zur Nachhaltigkeit und zum Klimaschutz. Weitere Informationen unter [www.universal.at](http://www.universal.at)



Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Fokus: das Klimawaldprojekt von Universal.



»Das Fundament unserer Unternehmensgruppe bilden tatkräftige, kompetente und engagierte Mitarbeiter. Wir fördern sie durch eine große Auswahl an Weiterbildungsmaßnahmen und legen viel Wert auf Gesundheits- und Arbeitsschutz.«

Sabine Kratochwil, Bereichsleiterin Personal



»Qualität beginnt beim Menschen, nicht bei den Dingen. Wer hier einen Wandel herbeiführen will, muss zuallererst auf die innere Einstellung aller Mitarbeiter abzielen.«

Helmut Sihler,  
Manager (\*1930)



# Mitarbeiter

## Die bunte Vielfalt der BAUR-Arbeitswelt

Genauso vielfältig wie unser Sortiment sind auch unsere Mitarbeiter bei BAUR: Kreative Köpfe arbeiten Seite an Seite mit strategischen Denkern, »zupackende« Logistiker und sprachgewandte Call-Center-Agents kümmern sich um Kundenanliegen und darum, dass die Ware letztendlich da ankommt, wo sie erwartet wird. Tatkräftige Handwerker und engagierte IT-ler sorgen dafür, dass bei der Technik alles rund läuft. So unterschiedlich die Einsatzfelder auch sein mögen, so verfolgen sie doch alle ein großes, gemeinsames Ziel: Unsere Kunden zufriedenzustellen.

Damit wir bei BAUR Tag für Tag unser Bestes geben können, ist es nicht nur wichtig, die »richtigen« neuen Leute mit an Bord zu holen, sondern auch die beste-

henden Mitarbeiter entsprechend ihrer individuellen Stärken einzusetzen und notwendige Kompetenzen zu entwickeln. Deshalb steht bei der Personalarbeit bei BAUR ein ganzheitliches Personalmanagement klar im Mittelpunkt, was sich u. a. auch darin zeigt, dass neben den »klassischen« Personalbereichen Personalrecruiting, -betreuung und -entwicklung sowie der Aus- und Weiterbildung auch die Themen Gesundheits- und Arbeitsschutz fest im Personalbereich angesiedelt sind. Denn besonders in Zeiten, in denen nicht mehr Maschinen und technische Neuerungen, sondern Menschen den wichtigsten Wettbewerbsfaktor darstellen, ist ein funktionierendes Personalmanagement von entscheidender Bedeutung, wenn es um das Bestehen eines Unternehmens in der Zukunft geht.

### Ausbildungsberufe im Überblick

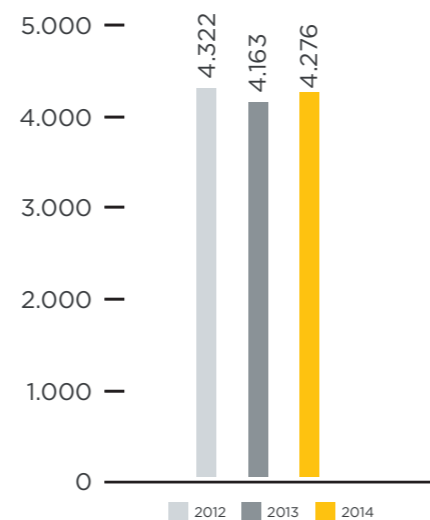
#### Ausbildungsberufe bei BAUR

- Duales Studium BWL mit integrierter Ausbildung Kaufleute im Groß- und Außenhandel
- Duales Studium BWL/Handel- und Vertriebsmanagement
- Duales Studium Wirtschaftsingenieurwesen mit integrierter Ausbildung Mechatroniker/-in
- Duales Studium Wirtschaftsinformatik
- Kaufleute im Groß- und Außenhandel
- Kaufleute für Marketingkommunikation
- Informatikkaufleute
- Fachinformatiker/-in Systemintegration
- Fachinformatiker/-in Anwendungsentwicklung (ab 2015)
- Mediengestalter/-in Digital & Print
- Fotograf/-in
- Mechatroniker/-in
- Elektroniker
- Fachlagerist/-in
- Fachkraft für Lagerlogistik
- Personaldienstleistungskaufleute

#### Ausbildungsberufe bei BFS

- Duales Studium BWL/Medien- und Kommunikationswirtschaft/Dialog- und Onlinemarketing
- Duales Studium Wirtschaftsinformatik
- Kaufleute für Dialogmarketing
- Fachlagerist/-in
- Kaufleute für Büromanagement

### Mitarbeiteranzahl der BAUR-Gruppe\*



\* Jeweils Werte zum Stichtag 30.09. Die oberfränkischen Standorte zählten 2014 insgesamt 3.848, die Betriebsstätten der österreichischen Tochter UNITO 428 Beschäftigte.

## Gelebte Arbeitssicherheit bei BFS

»Arbeitssicherheit ist Grundvoraussetzung für reibungslose Prozesse und einen erfolgreichen Geschäftsbetrieb.« Diesen Satz hört man nicht nur aus der chemischen Industrie, die für ihre niedrigen Unfallzahlen bekannt ist – diesen Satz beherzigt auch die BAUR-Gruppe. An der Schaffung und ständigen Verbesserung von guten und sicheren Arbeitsplätzen arbeiten von der Geschäftsführung bis zum Logistiker und Callcenter-Agent alle zusammen – ganz im Sinne des Unternehmensleitsatzes der BAUR-Gruppe »Arbeitssicherheit und Gesundheit als Gemeinschaftsaufgabe.« An den folgenden zwei Beispielen soll das verdeutlicht werden.

### Sicher und gesund von Anfang an

Am BAUR-Standort Sonnefeld wurde 2013 ein Logistik-Betrieb für einen neuen Mandanten aufgebaut. Hierbei ergab die Analyse des Artikelsortiments, dass die erforderlichen Logistikprozesse nicht 1:1 von den bisherigen Logistikstandorten übernommen werden konnten. Zur Gewährleistung einer effektiven Einarbeitung der Mitarbeiter wurde deshalb bereits bei der Flächenplanung ein separater Schulungsbereich zum Anlernen der Mitarbeiter vorgesehen. In diesem Schulungsbereich erhalten die Mitarbeiter vor erstmaliger Arbeitsaufnahme die erforderlichen Arbeits- und Sicherheitshinweise in Theorie und Praxis: Der Schulungsbereich umfasst drei Räume, in denen nicht nur moderne Präsentationsmittel wie Laptop und Beamer zur Verfügung stehen. An Original-Packtischen und -Handregalen können die Führungskräfte ihren Mitarbeitern praktisch beibringen, wie richtiges und sicheres Arbeiten aussieht.

## Neue Packerei am Logistikstandort Seewiese

Für den Mandanten Fressnapf versendet der Logistikstandort Seewiese alles rund um das Haustier: vom Hundehalsband bis zum Katzenkratzbaum, von der 200g-Dose Katzenfutter bis zum 20kg-Sack Katzenstreu. Insbesondere wegen der hohen Arbeitsbelastung durch schwere und sperrige Artikel wurde eine Optimierung der Arbeitsabläufe in Angriff genommen. Bei ihren Planungen bezogen die Führungskräfte der BFS-Niederlassung nicht nur das standort eigene Know-how mit ein, sondern auch die Expertise der BAUR-Mutter. Der Bereich IB sowie der für BAUR und BFS zuständige Sicherheitsingenieur waren genauso eingebunden wie der Betriebsrat.

Manuelle Arbeitsvorgänge wurden in mehreren Runden analysiert, bewertet und geplant. Neben funktionalen Anforderungen legte das Projektteam besonderen Wert auf die Erweiterbarkeit und Flexibilität der Abwicklung sowie auf ergonomische Aspekte in Hinblick auf die Arbeitsabläufe der Mitarbeiter. So sind alle Packtische entlang der Fördertechnik höhenverstellbar und besitzen unterstützende Rollen auf der Tischoberfläche zum einfacheren Verschieben schwerer Pakete.

Die hydraulisch höhenverstellbaren Teleskopförderbänder im Warenausgang reichen zur Verladung der Sendungen bis in die Wechselbrücke hinein und sind zur besseren Ausleuchtung mit LED-Leuchten ausgerüstet worden. Somit haben BFS und BAUR ein Arbeitsumfeld geschaffen, das modernen Logistikanforderungen entspricht und ihren Mitarbeitern die Arbeit vor allem bei schweren Sendungen erleichtert.

»Zusammenkommen ist ein Beginn, zusammenbleiben ist ein Fortschritt, zusammenarbeiten ist ein Erfolg.«

Henry Ford,  
Gründer des Automobilherstellers  
Ford Motor Company (1863 – 1947)



# Mitarbeiter

## Menschen mit Behinderung sind eine Bereicherung für die Unternehmenskultur Ein Beispiel für eine gelungene Integration eines Jugendlichen mit geistiger Behinderung.

In einer Gesellschaft, die von Erfolg und Leistungsfähigkeit geprägt ist, haben es Menschen mit Behinderung oft schwer. In der BAUR-Gruppe hat man erkannt, dass Schwerbehinderung nicht gleich Leistungseinschränkung bedeutet, sondern dass es darauf ankommt, den betreffenden Mitarbeiter an einem seinen Einschränkungen entsprechenden Arbeitsplatz einzusetzen. Denn: Kaum jemand hat so viel Erfahrungen in der Lösung von Alltagsproblemen wie Menschen mit Handicaps. Die gesetzliche Mindestvorgabe von 5 Prozent, für den Anteil an behinderten Mitarbeitern in einem Unternehmen, überbietet die BAUR-Gruppe mit einem Wert von 9,5 Prozent im Herbst deutlich. Aus der Geschäftsführung kam einmal die treffende Bemerkung: »Ein behindertenfreundliches Betriebsklima fängt in den Köpfen der Mitarbeiter an und führt in die Herzen.« Ein Beispiel hierfür ist die Einstellung von Johannes Spitzenfeil im Jahr 2013. Johannes hat eine geistige Behinderung. 2011 schloss er die Maximilian-Kolbe-Förderschule in Lichtenfels ab, und verschiedene Praktika damals zeigten, dass seine Chancen, auf dem ersten Arbeitsmarkt beschäftigt zu werden, sehr gering waren. Johannes allergrößter Wunsch schon von Kindesbeinen an war, einmal wie sein Vater bei BAUR zu arbeiten. Eine erste schriftliche Bewerbung hatte noch keinen Erfolg. Aber Johannes ließ sich dadurch nicht entmutigen. Selbst eine Betriebsführung in der Logistik, die zeigte, dass sein Anliegen nicht umsetzbar ist, hielt ihn nicht davon ab, mit Unterstützung des Integrationsfachdienstes, einer Beratungsstelle, die im Auftrag des Integrationsamtes, der Agentur für Arbeit und der Rehabilitationsträger arbeitet, weiter am Ball zu bleiben.

vertretung waren von seinem Ehrgeiz beeindruckt und versuchten gemeinsam, einen geeigneten Bereich – wenigstens für ein Praktikum – zu finden. Dies war nicht einfach, da Johannes ja kaum lesen, schreiben und rechnen konnte und zudem große Probleme hatte, sich sprachlich auszudrücken. Mit Hilfe eines betrieblichen Paten und enger Begleitung durch den Integrationsfachdienst wurde Johannes dann ein Praktikum im Kommissionierlager ermöglicht. Er hatte zunächst die Aufgabe, Kartonagen zu entsorgen. Johannes wurde von den Kollegen von Anfang an akzeptiert und gefördert, was für ihn eine ganz wertvolle Erfahrung war und ihn in seiner Persönlichkeit reifen ließ. Das Engagement der Kollegen ging sogar so weit, dass sie, um Johannes sehnlichsten Wunsch zu erfüllen, den Staplerschein zu machen, das Lehrbuch für Johannes gelesen und auf eine CD gebrannt haben. Der Prozess der Integration von Johannes als vollwertigem Kollegen, der er heute ja durchaus ist, war getragen von Geduld, Verständnis, Phantasie und Bemühungen von allen Seiten, allen voran den Führungskräften vor Ort. Der Weg war sicher nicht einfach und kostete viel Energie. Er hat aber auch gezeigt, dass die Mühe sich gelohnt hat. Johannes ist heute ein engagierter und motivierter Kollege, der »einfach dazugehört«.



Johannes (Mitte) ist mit Freude bei der Arbeit: Mit Unterstützung seiner Kollegen machte er den Staplerschein.

Personalbereich, Betriebsrat und Schwerbehinderten-

## Betriebliche Kinder-Ferienbetreuung

Beruf und Privatleben sind heute von starken Veränderungen geprägt: Betriebliche Strukturen werden komplexer, konventionelle Lebensentwürfe im privaten Bereich sind immer seltener die Regel. Eine gute Balance und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben werden somit immer wichtiger. BAUR ist sich dieser Thematik bewusst und hat frühzeitig u. a. in Form von flexiblen Arbeitszeitmodellen wie Teilzeit- oder Vertrauensarbeitszeit oder aber der Möglichkeit des sogenannten »Jobsharings«, d. h. der Aufteilung eines Arbeitsplatzes auf zwei Mitarbeiter, darauf reagiert.

Nun setzt man einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung familienfreundliches Unternehmen. BAUR hat sich bei der Konzeption einer betrieblichen Kinderbetreuung direkt an jene gewandt, die die Erfordernisse einer solchen am besten kennen: Alle Mitarbeiter der BAUR-Gruppe wurden nach ihren Wünschen in Bezug auf eine betriebliche Kinderbetreuung befragt, um so den genauen Betreuungsbedarf zu ermitteln. Hier zeigte sich, dass vor allem die Betreuung der Kinder im Alter bis 12 Jahre während der Ferienzeiten oftmals ein großes Problem darstellt. Um diese Betreuungsengpässe in den Schulferien abzufangen und den Kindern darüber hinaus ein altersgerechtes und spannendes Ganztagesprogramm zu bieten, wurde in Kooperation mit einem lokalem Anbieter eine betriebliche Ferienbetreuung konzipiert, die 2015 erstmals in die Tat umgesetzt werden soll. Auch das Thema Notfallbetreuung stellt berufstätige Eltern immer wieder vor große Herausforderungen. Hier schafft BAUR an den Standorten Weismain und Burgkunstadt mit sogenannten Eltern-Kind-Zimmern Abhilfe und ermöglicht so den Eltern, den Nachwuchs im Notfall mit ins Büro zu bringen.

Ganz uneigennützig ist dieses Engagement natürlich nicht, denn die Bereitstellung einer Kinderbetreuung reduziert nicht nur Fehlzeiten, sondern wirkt sich auch auf die langfristige Mitarbeiterbindung und die Attraktivität als Arbeitgeber aus. Das sind wichtige Erfolgsfaktoren, die gerade in Zeiten des demografischen Wandels eine bedeutende Rolle spielen.



Geht es den Kindern gut, können sich die Eltern voll und ganz auf den Job konzentrieren.

## We link family

Familienfreundliche Maßnahmen werden bei UNITO im Rahmen des Audits »berufundfamilie« umgesetzt. Es handelt sich hierbei um einen unabhängigen, externen Auditierungsprozess, durch den die kontinuierliche Weiterentwicklung der familienfreundlichen Maßnahmen sichergestellt werden soll. Im Zuge dieses Prozesses wurden u. a. flexible Arbeitszeitmodelle eingeführt sowie an den Standorten Graz und Salzburg jeweils ein Familienbeauftragter benannt. Für die ganzjährige Unterstützung bei der Kinderbetreuung unterstützt UNITO seine Mitarbeiter mit einem Kinderbetreuungsgutschein. Weitere Informationen dazu finden Sie auf [www.unito.at](http://www.unito.at)

## »Im Mittelpunkt des Denkens und Handelns muss stets der Mensch stehen.«

Dr. Friedrich Baur,  
Deutscher Unternehmer (1890 – 1965)



# Mitarbeiter

### Homeoffice im Kundendialog für eine bessere Work-Life-Balance

Kundenanfragen per Telefon und E-Mail von zu Hause zu bearbeiten ist bei gleichzeitiger Anbindung an die internen Arbeitssysteme der Firma dank schneller Datenanbindung und moderner Systeme problemlos möglich. Das im März 2014 gestartete Testprojekt »Homeoffice« bietet Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit, gewohnte Arbeitstätigkeiten teilweise direkt von zu Hause aus zu erledigen.

Bei der Anbindung zum Homeoffice wird sehr großer Wert auf die Erfüllung der Infrastruktur-, Datenschutz- und Arbeitsrichtlinie gelegt. Den Erwartungen konnte das Projekt vollkommen entsprechen, sodass zum Ende des Jahres 2014 eine finale Entscheidung über ein Rollout des Homeoffice im Kundendialog getroffen werden kann. Bei der Durchführung nach Plan ist der Bereich Kundendialog ab 2015 in der Lage, einen erheblichen Anteil bei den Bemühungen zur Einsparung von CO<sub>2</sub>-Emissionen beizutragen.

So können bereits bei einem Pendelweg von nur 15 Kilometern, gerechnet auf monatlich 15 Arbeitstage, 810 kg CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Jahr eingespart werden\*.



Arbeiten von zu Hause aus:  
Das spart Zeit und Kraftstoff.

Zusätzlich zu umweltschonenden Aspekten sparen sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter somit Kraftstoffkosten und Zeit für den Fahrweg. Die so gewonnene Zeit ermöglicht es, Beruf, Freizeit und Familie besser in Einklang zu bringen.

### Kulturwerte als Erfolgsfaktor

Auch die besten Prozesse nützen nichts, wenn die Zusammenarbeit nicht stimmt. Bei BFS ist dies keine neue Erkenntnis, sondern Ausdruck des Leitsatzes von Dr. Friedrich Baur: »Im Mittelpunkt des Denkens und Handelns muss stets der Mensch stehen.« Diese Überzeugung spiegelt sich im Engagement zur Unternehmenskultur wider.

Da die BAUR-Werte »ehrlich, wertschätzend, kundenorientiert und erfolgsorientiert« auch für BFS gelten, widmet sich auch die BFS verstärkt diesen Kulturwerten. Dies ermöglicht eine Orientierung für das Miteinander auf und über alle Ebenen hinweg, wodurch ein einheitliches Verständnis in der BAUR-Gruppe geschaffen wird. Um ein Bewusstsein für diese Werte zu entwickeln, zu vertiefen und auch im Alltag zu verankern, bietet das Team Strategie- und Organisationsentwicklung regelmäßig Aktivitäten zu den Kulturwerten an. Auch im Jahr 2014 fanden zum wiederholten Mal Workshops statt, an denen 120 Führungskräfte und Mitarbeiter teilnahmen. Mit Hilfe kreativer Übungen und unter »erschweren« Bedingungen erarbeiteten die Teilnehmer, wo im Alltag die Herausforderungen für die konsequente Umsetzung der Kulturwerte liegen und warum eben diese Situationen ganz erheblich zum Erfolg beitragen.

Allen Beteiligten wurde deutlich, dass die Kulturwerte die Zusammenarbeit positiv beeinflussen und gute Zusammenarbeit die Grundlage für die Leistungsfähigkeit der ganzen Organisation ist. Daher wird BFS auch weiterhin die Verankerung der Kulturwerte aktiv fördern und somit die Grundlage für exzellente Ergebnisse kontinuierlich festigen.

### Sommer im HUB Altenkunstadt

Das HUB Süd (2. HTS) in Altenkunstadt ist zweigeschossig aufgebaut: Unten liegen die Wareneingangs- und Verladetore und oben – auf Ebene 1 – die Sortieranlagen. Dort befindet sich auch der Kleingutsortler. Bis zu 12 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter versorgen die Sortieranlage mit Tütensendungen und packen diese nach der automatischen Richtungssortierung in richtungsreine Tütenwannen.

Am Kleingutsortler auf Ebene 1 befinden sich die Arbeitsplätze, die besonders in der kalten Jahreszeit heiß begehrt sind. Die warme Heizungsluft der unten arbeitenden Torgebläse steigt nach den Gesetzen der Physik nach oben und schafft dort gut temperierte Arbeitsplätze. Im Sommer herrschen dort ebenfalls höhere Temperaturen, auch ohne Heizung, denn ab Mittag wärmt die Sonne das Gebäude stark auf. Dann ist es an den Toren auf der unteren Ebene angenehmer belüftet, aber innen steigt warme Luft immer wieder nach oben. Um die warme Luftschicht oben am Gebäude nach außen abzuleiten, wurden bereits in der Planungsphase Dachluken integriert. Als Ergänzung hierzu wurden Kippfenster an der Fassade eingebaut. Zusätzlich wurden Standventilatoren an den Loaderplätzen und im Sortierbereich installiert, die die Mitarbeiter individuell nutzen können. Eine weitere Ergänzung sind sechs Deckenventilatoren. Mit diesen Maßnahmen sollte ge-



Neue Deckenventilatoren sorgen für Luftzirkulation.

nügend Luftbewegung entstehen, um die Warmluft aus dem Gebäude abzuleiten. Damit sind die oben eingerichteten Arbeitsplätze auch in der warmen Jahreszeit angenehmer temperiert.

### Trinkwasserspender in der BAUR-Logistik

In der Logistik arbeiten die Mitarbeiter in zwei Wechselschichten. In den Sommermonaten ist durch die Hitze eine zusätzliche Belastung gegeben. Um die Mitarbeiter zu entlasten, wurden im Sommerhalbjahr die Mitarbeiter mit Mineralwasser in Flaschen versorgt. Im September 2014 wurden in der BAUR Logistik 14 Trinkwasserspender installiert. Somit können die Mitarbeiter jederzeit auf frisches Trinkwasser zugreifen. Die Wasserspender hängen direkt am Trinkwassernetz. Um sicherzustellen, dass das Wasser dem hohen Standard entspricht, wurde die Wasserqualität an allen Standorten durch die externe Firma analab Taubmann GmbH in Mainleus geprüft.

Die Trinkwasserautomaten bieten folgende Vorteile:

- Sie werden direkt an die Wasserleitung angeschlossen. Damit entfällt die Wasserdistribution, die bei Flaschen- und Gallonenwasser notwendig ist.
- Weniger Kraftstoffverbrauch und Kraftstoffausstoß, da kein LKW-Transport mehr vom Hersteller über Zwischen- und Einzelhändler zum Kunden stattfindet.
- Einsparung großer Mengen an Verbrauchsmaterialien wie Schraubverschlüssen, Etiketten, Klebstoffen und Strom.
- Weiterhin fällt kein unnötiges Recycling von Flaschen, Gallonen und Wasserkästen an, das spart Energie und schon so die Umwelt.

In Zukunft können ca. 1.000 Mitarbeiter in der BAUR-Logistik das ganze Jahr Wasser nach Belieben zapfen. Auf Knopfdruck können sie zwischen sprudelndem, stillem oder gekühltem Wasser wählen. Somit konnten wir sowohl einen Beitrag zum nachhaltigen Umgang mit Ressourcen also auch einen Beitrag zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit leisten.

\*150 g CO<sub>2</sub>-Emission pro gefahrenem Kilometer eines Mittelklassewagens

»Man muss mit den richtigen Leuten zusammenarbeiten, sie achten und motivieren. Dauerhafter Erfolg ist nur im Team möglich.«

Klaus Steilmann,  
Deutscher Textilunternehmer (1929 – 2009)

#### Sportliches Highlight am Obermain: der BAUR-Triathlon

Betriebssport hat mittlerweile einen hohen Stellenwert und ein breites Publikum erreicht. Gerade bei BAUR steht der aktive Mitarbeiter ganz besonders im Mittelpunkt. Zwischen regelmäßigen, gemeinsamen Wanderausflügen und Betriebssport sticht eine ganz besondere Veranstaltung im Jahr heraus: Der seit 2005 stattfindende BAUR-Triathlon lockt jährlich rund 200 Sportler und unzählige Zuschauer nach Altenkunstadt und Umgebung.

In der Staffel oder als Einzelstarter schwimmen die Teilnehmer zuerst 1,5 km durch den Main, legen anschließend 40 km auf dem Fahrrad zurück und laufen schließlich nach 10 km zu Fuß ins Ziel. Im vergangenen Jahr absolvierte der schnellste Triathlet die Stre-

#### Ehre, wem Ehre gebührt: unsere BAUR-Jubilare

Knapp drei Jahre - so beträgt statistisch gesehen die durchschnittliche Verweildauer in einem Unternehmen in der heutigen Zeit. Zahlen, von denen sich die BAUR-Mitarbeiter glücklicherweise nicht beeinflussen lassen, was nicht zuletzt die große Anzahl der Betriebsjubilare beweist, die jedes Jahr ihr 25- bzw. 40-jähriges Jubiläum feiern! Traditionsgemäß laden die Geschäftsführung und die Leitung des Personalbereichs die Jubilare des BAUR-Versands als kleines Dankeschön für die jahrelange Treue zu einem ganz besonderen Ausflug ein. So wurde in der Vergangenheit bereits bei einer Schnitzeljagd das schöne Bamberg erkundet, im malerischen Nordheim Wein verkostet oder im Fackelschein in der fränkischen Schweiz das Gespenst von Burg Rabenstein gesucht. Bei dem köstlichen Drei-Gänge-Menü und bester Un-

cke in nur zwei Stunden. Auch Para-Triathleten stehen Jahr für Jahr am Start und meistern die verkürzte Distanz, 2014 erreichte der Erstplatzierte mit 15 Minuten Vorsprung das Ziel nach nur 1 Stunde und 17 Minuten. 2014 hatten die Triathleten mit einer ganz besonderen Herausforderung zu kämpfen: Am Wettkampftag, dem Pfingstsonntag, waren es über 30°C bei strahlendem Sonnenschein! Das hielt jedoch die Zuschauer nicht davon ab, die Sportler tatkräftig zu unterstützen und mit Rasseln, Trillerpfeifen und Zurufen lautstark anzufeuern.

Im Jahr 2015 findet schon der 15. BAUR-Triathlon statt! Alle Infos, Termine, Teilnahmebedingungen und Fotos finden Sie auf [www.baur-triathlon.de](http://www.baur-triathlon.de).

terhaltung durch regionale Künstler wie »Herbert und Renate«, »Mäc Härder« oder »Hatz von Hatzenstein« bieten sich viele Gelegenheiten, zusammen mit den anderen Jubilaren in Erinnerungen zu schwelgen.



Sie sind stolz, seit 25 bzw. 40 Jahren zur BAUR-Familie zu gehören.



»Wir handeln verantwortungsvoll. Das heißt, kontinuierlich und langfristig, bewusst und zukunftsfähig im Sinne der Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt.

Albert Klein, Sprecher der Geschäftsführung





»Nicht die Dinge sind positiv oder negativ, allein unsere Einstellung macht sie so.«

Epiktet,  
Antiker Philosoph (ca. 50 – 138 n. Chr.)



# Gesellschaft

## Vielfältige Engagements in der Region

Das Wohl der Heimatregion liegt BAUR sehr am Herzen – das zeigt sich auch in den vielfältigen sozialen Engagements. Mehrere Einrichtungen unterstützt die BAUR-Gruppe regelmäßig mit Sachspenden verschiedenster Art.

Eine gute Tradition ist die Adventsfeier der BAUR-Geschäftsführung zusammen mit dem Kathi-Baur-Alten- und Pflegeheim. An einem Nachmittag in der Vorweihnachtszeit statten Aliz Tepfenhart und Albert Klein den Senioren einen Besuch ab, genießen gemeinsam weihnachtliche Leckereien und haben immer eine schöne Überraschung im Gepäck. Ein regelmäßiger Empfänger von Spenden ist die Tafel Burgkunstadt. Vorsitzende Silke Mohler freut sich über die Unterstützung. »Süßwaren werden uns eher selten gespendet und sind daher bei unseren Tafel-Kunden besonders beliebt«, erzählt sie.



Aliz Tepfenhart überbringt kleine Überraschungen.

Bei BAUR sind nach Ostern und Weihnachten oft Süßigkeiten aus der Musterabteilung übrig, die an die Tafel weitergegeben werden. Auch andere Sachspenden erfreuen die Tafel-Kunden und die ehrenamtlichen Mitarbeiter: z. B. Kleidung, Haushaltswaren oder Kinderspielsachen. Mehrmals im Jahr kann BAUR damit hilfsbedürftigen Menschen am Obermain eine Freude machen.

Auch in der Gemeinschaftsunterkunft für Asylbewerber in Weismain kommt die Hilfe der BAUR-Gruppe an. Fahrradreparaturen oder die Spende von acht Fahrrädern für Kinder sind nur der Anfang weiterer Zusammenarbeit.

Besonders am Herzen liegt der BAUR-Geschäftsführung der Weihnachtsbesuch bei Regens Wagner in Burgkunstadt. Bereits seit mehreren Jahrzehnten beschert die Geschäftsführung knapp 50 Kinder und Jugendliche mit großen, individuell gepackten Geschenkpaketen. Die Vorfreude aufs Christkind gemeinsam mit den Bewohnern der Einrichtung zu erleben, sei jedes Jahr ein fester Termin im Kalender, betont Albert Klein. BAUR wird das soziale Engagement in der Region beibehalten und ausbauen.



Albert Klein, Sprecher der BAUR Geschäftsführung, bei der Adventsfeier bei Regens Wagner.

## 6. Bayreuther Ökonomiekongress

Seit 2009 organisieren rund 100 Studenten der Universität Bayreuth jährlich einen Ökonomiekongress. Der europaweit größte studentisch organisierte Wirtschaftskongress zählt mittlerweile über 1.000 Teilnehmer in der Universitätsstadt. Im Mai 2014 fand der



Interview mit dem Sprecher der BAUR-Geschäftsführung, Albert Klein.

Bayreuther Ökonomiekongress zum sechsten Mal statt – erneut mit BAUR als Hauptsponsor. Albert Klein, Sprecher der BAUR-Geschäftsführung, betonte in seinem Grußwort die Bereicherung, die der Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort

Oberfranken durch diesen Ökonomiekongress erfahren konnte. »Er öffnet und erweitert den eigenen Horizont, gibt Anregungen und Inspirationen, er hat sich innerhalb weniger Jahre zu einer erstklassigen Adresse entwickelt«, unterstrich der Geschäftsführer.

Der BAUR-Weg von einem traditionellen Katalog-Versender zu einem dynamischen und flexiblen internetbasierten Distanzhändler konnte nur mit Erfolg beschritten werden durch Wandel und Veränderung. Das betonte auch Albert Klein in seinem Grußwort: »Wir arbeiten an der eigenen guten Unternehmenszukunft: Dabei werden Innovationen in all unseren Leistungen, in unseren Angeboten und Abläufen weiterhin eine wesentliche Rolle spielen. Gleiches gilt für die

Werte, die den Rahmen für das Miteinander und die Zusammenarbeit im Unternehmen bilden.«

In Bayreuth versammeln sich zum Ökonomiekongress unterschiedliche Referenten aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft, um mit Unternehmern sowie Führungskräften von heute und morgen über aktuelle Fragestellungen zu diskutieren. Im Rahmenprogramm konnten sich Interessierte an Ständen des BAUR-Versands und der BAUR Fulfillment Solutions über die Unternehmen informieren. Diese Gelegenheit nutzten auch zahlreiche Studenten, um sich über die Berufsmöglichkeiten innerhalb der Unternehmensgruppe zu informieren.

Auch im kommenden Jahr wird BAUR wieder den Bayreuther Ökonomiekongress und damit die Förderung des Wissenschafts- und Wirtschaftsstandorts Oberfranken unterstützen.



Benjamin Bresse und Patrick Meling informierten Interessierte über Berufsmöglichkeiten bei BAUR.

»Nicht an den Umsatzzahlen und Produktionsziffern wird der moderne Unternehmer gemessen, sondern immer mehr daran, was er aus sozialer Verantwortung heraus bereit ist für die Gesellschaft zu tun.«

Werner Otto,  
Unternehmer (1909 – 2011)



# Gesellschaft

## BAUR modernisiert Büroflächen

Wer so viele Jahre wie die BAUR-Gruppe an einem Standort beheimatet ist, hat auch seine Gebäude immer wieder auf Sanierungsbedarf zu überprüfen. Viele Monate lang wurde bei BAUR im Bereich Informationsmanagement/Bau und Technik konzipiert und geplant. Vorrangiges Ziel dabei war und ist es, durch bauliche Veränderungen Arbeitsbedingungen und Abläufe zu verbessern sowie Standorte aufzuwerten und zu modernisieren. Wichtige Entscheidungen für anstehende Baumaßnahmen sind gefallen. Im Erweiterungsbau in Altenkunstadt bekommt die Logistiktochter BFS eine in sich geschlossene Büroeinheit für rund 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Der Standort in Burgkunstadt wird schrittweise grundlegend modernisiert und energetisch saniert.

Damit können weitere Maßnahmen zur Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes umgesetzt werden. Auch die Parkfläche in Burgkunstadt wird modernisiert, erweitert und »grüner« gestaltet. Dies erfolgt im Rahmen des städtebaulichen Entwicklungskonzepts der Stadt Burgkunstadt. Mit den künftigen Büro- und Sozialflächen steht den Mitarbeitern der BAUR-Gruppe nach Abschluss der Baumaßnahmen ein modernes und ansprechendes Arbeitsumfeld zur Verfügung, das nicht nur die Ansprüche optimaler Arbeitsabläufe im Blick hat, sondern auch die Schonung der Umwelt. Die anstehenden Bau- und Sanierungsarbeiten stellen ein klares Bekenntnis zu unserem Heimatstandort dar. Indem wir Neues schaffen, stärken wir gleichermaßen die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens.

## FAB-Projekte

In Kooperation mit FABworks Graz, einer Initiative des Bundessozialamtes des Bundeslandes Steiermark, eröffnet UNITO Menschen mit Behinderungen neue Wege. Menschen mit körperlichen Behinderungen werden durch eine praxisnahe Ausbildung als Customer Care Agent für den Arbeitsmarkt qualifiziert. Sie nehmen Kundenanrufe entgegen, erfassen Aufträge und geben den Kunden Auskünfte zu ihren Bestellungen. Ziel dieser Ausbildung ist es, nach längstens zwei Jahren für diese Menschen einen Arbeitsplatz in der Wirtschaft zu finden. 2013 konnten ca. 60% der Teilnehmer erfolgreich in den Arbeitsmarkt integriert werden. Ergänzend hat UNITO das Projekt FABline Wien ins Leben gerufen. Hier erhalten Langzeitarbeitslose, die im Rahmen einer gesundheitlichen Rehabilitation eine berufliche



Fit für den beruflichen Wiedereinstieg.

Wiedereingliederung anstreben, die Möglichkeit, eine Ausbildung im Bereich Call Center oder Back Office zu absolvieren. Begleitend erhalten sie verschiedene Gesundheitsangebote sowie die Möglichkeit einer arbeitsmedizinischen Beratung und Begleitung. Derzeit werden wöchentlich ca. 3.000 Otto- und Universal-Calls bei FAB Wien bearbeitet. Weitere Infos unter [www.unito.at](http://www.unito.at)

## Alphabetisierungsprojekt Burkina Faso

OTTO Österreich förderte ein Bildungsprojekt für Baumwollbauern in Burkina Faso. Unter dem Motto »Hilfe zur Selbsthilfe« wurde Baumwollbauern dort eine Basisausbildung im Lesen, Schreiben und Rechnen ermöglicht. Diese Ausbildung soll den Grundstein für eine nachhaltige Entwicklung der Kleinbauern sowie derer kleinbäuerlichen Betrieben legen und den Weg aus der Armut ebnen. Seit Anfang 2012 unterstützte OTTO Österreich in Kooperation mit der Aid by Trade Foundation dieses Bildungsprojekt. Für jeden verkauften Textilartikel mit dem ECO-Label stellte OTTO einen bestimmten Betrag für diese Ausbildung zur Verfügung. Über vier Saisons hinweg wurde das Projekt mit 50.000 € unterstützt, und über 6.000 Menschen haben die Kurse besucht. 5.300 Männer und Frauen haben mit Erfolg bestanden und gelten gemäß den staatlichen Vorgaben offiziell als alphabetisiert. Rund 60% der Absolventen waren

Frauen. OTTO Österreich konnte somit mit diesem Projekt überwiegend Frauen den Zugang zu Bildung ermöglichen.

Weitere Infos auf [www.ottoversand.at](http://www.ottoversand.at)



OTTO Österreich fördert Schulunterricht in Burkina Faso.

## Kommunale Zusammenarbeit im Zeichen guter Nachbarschaft

Großen Wert legt die BAUR-Gruppe auf eine konstruktive und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Kommunen in ihrer oberfränkischen Heimatregion. Im Laufe der Unternehmensgeschichte haben sich die Standorte der Gruppe auf mehrere Gemeinden verteilt. Offizieller Sitz des Unternehmens ist weiterhin Burgkunstadt, während große logistische Einrichtungen und beispielsweise die Verwaltung der Tochtergesellschaft BFS im Nachbarort Altenkunstadt angesiedelt sind.

Im Jahre 2008 bezogen die BAUR-Geschäftsführung und weitere Bereiche das Verwaltungsgebäude in Weismain. Die gewachsene und veränderte Struktur der Gruppe macht es erforderlich, mit allen drei Städten einen intensiven Austausch zu pflegen. Dies geschieht durch regelmäßige Treffen mit den Bürgermeistern und Stadträten der Heimatgemeinden. Gleiches gilt für den Landkreis Lichtenfels, mit dem ebenfalls eine enge Zusammenarbeit besteht.

»Wir dürfen nicht die Generation sein, die verantwortlich für irreversible Umweltschäden ist. Wir müssen die Umwelt unseren Kindern genau so rein übergeben, wie wir sie von unseren Eltern erhalten haben.«

Richard Branson,  
Britischer Unternehmer (\*1950)



## Die CR-Strategie der BAUR-Gruppe



### Stakeholder-Orientierung der BAUR-Gruppe

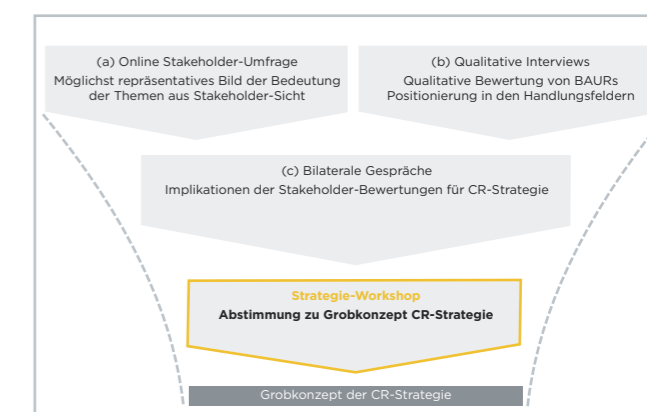
Als Einzelhandelsunternehmen mit starker regionaler Verankerung ist die BAUR-Gruppe in vielerlei Hinsicht auf gute Beziehungen angewiesen. Das Unternehmen ist der bedeutendste Arbeitgeber im Landkreis Lichtenfels. Die Bewohner und vor allem die Mitarbeiter und ihre Angehörigen stellen hohe Erwartungen an die BAUR-Gruppe. Zugleich benötigt die BAUR-Gruppe für ihre Geschäftsprozesse eine gute Verkehrs- und IT-Infrastruktur und verdankt ihren Erfolg nicht zuletzt dem Arbeitskräfteangebot, ihren Geschäftspartnern und vielen Kunden aus der Region. Das Unternehmen stellt daher traditionell den Mensch in den Mittelpunkt seiner Arbeit und setzt sich für die Belange seiner Anspruchsgruppen (Stakeholder) ein.

Um mit diesem Ansatz erfolgreich zu sein, müssen die verschiedenen Anliegen, Wünsche oder Sorgen der Stakeholder nach ihrer Relevanz beurteilt und zugleich die Möglichkeiten und Grenzen des Unternehmens richtig eingeschätzt werden. Es gilt darüber hinaus, beide Perspektiven zu integrieren und auf dieser Basis gruppenweit ambitionierte und realistische Ziele zu formulieren, die den Mitarbeitern des Unternehmens helfen, gesellschaftliche und ökonomische Verantwortung zu verbinden. Die Führung der BAUR-Gruppe beschloss deshalb, eine für das gesamte Unternehmen maßgeschneiderte Corporate Responsibility (CR)-Strategie zu entwickeln und dabei die Erwartungen ihrer vielfältigen Anspruchsgruppen systematisch zu berücksichtigen.

### Strategieentwicklung im Dialog

Die CR-Strategie der BAUR-Gruppe soll dazu dienen, die CR-Aktivitäten des Unternehmens zu fokussieren und zu koordinieren und die Werte der BAUR-Gruppe noch stärker in den Mittelpunkt der Arbeit zu stellen.

Außerdem sieht sich die BAUR-Gruppe aus ihrer traditionellen Wertbindung heraus gefordert, sich innerhalb der Otto Group, aber auch in der Öffentlichkeit stärker als Vorreiter für Nachhaltigkeit zu positionieren. Die so verstandene CR-Strategie soll gleichermaßen dem Unternehmen wie den Stakeholdern dienen. Es ist daher für ihren Erfolg wichtig, sie im engen Austausch mit den Anspruchsgruppen zu entwickeln.



### Methodik des Strategieprozesses

An den Anfang des Strategieprozesses stellte die BAUR-Gruppe deshalb eine Umfrage bei ihren relevanten unternehmensinternen und externen Anspruchsgruppen. Inhaltlich knüpfte sie an eine Stakeholder-Befragung aus dem Jahr 2012 an. Die Teilnehmer wurden darin aufgefordert, die damals bewerteten Themen neu einzustufen und neue Themen zu benennen.

Um die Wesentlichkeit (Materialität) der Themen zu bewerten, legte das CR-Team der BAUR-Gruppe die Umfrageergebnisse externen Experten und Führungskräften aus dem Unternehmen zur Beurteilung vor und bereitete die Informationen für den weiteren Strategieprozess auf.

»Seine Verantwortung bewusst auf sich zu nehmen, bedeutet an sich schon einen wichtigen Schritt auf dem Wege schnelleren Fortschritts.«

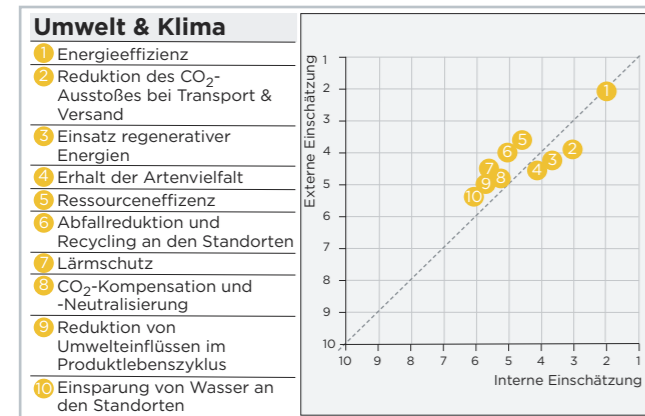
Julian Huxley,  
Englischer Biologe, Philosoph & Schriftsteller  
(1887 – 1975)



# CR-Strategieprozess

## CR-Strategieprozess

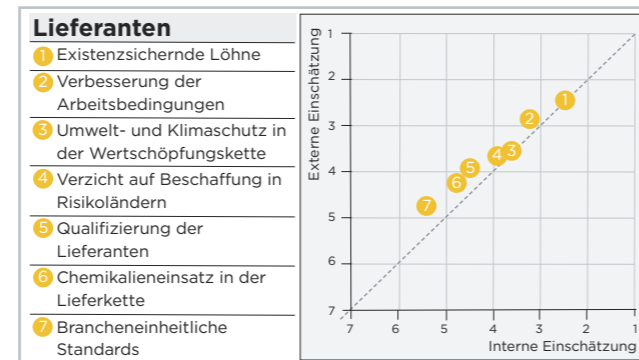
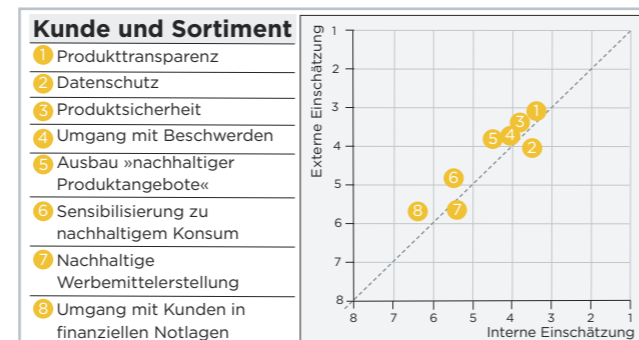
Im Rahmen der Materialitätsbewertung wurden die übergeordneten CR-Handlungsfelder und jeweils sieben bis zehn einzelne CR-Themen betrachtet. Innerhalb der Handlungsfelder kam es gegenüber 2012 zu einer Aufwertung von Gesellschaft und einer Abwertung des Bereichs Lieferanten, die ihre Plätze tauschten. Die Einstufung der übrigen Handlungsfelder blieb konstant. Die folgenden Grafiken stellen die Wesentlichkeitsbewertung der Themen aus interner und externer Perspektive miteinander in Relation.



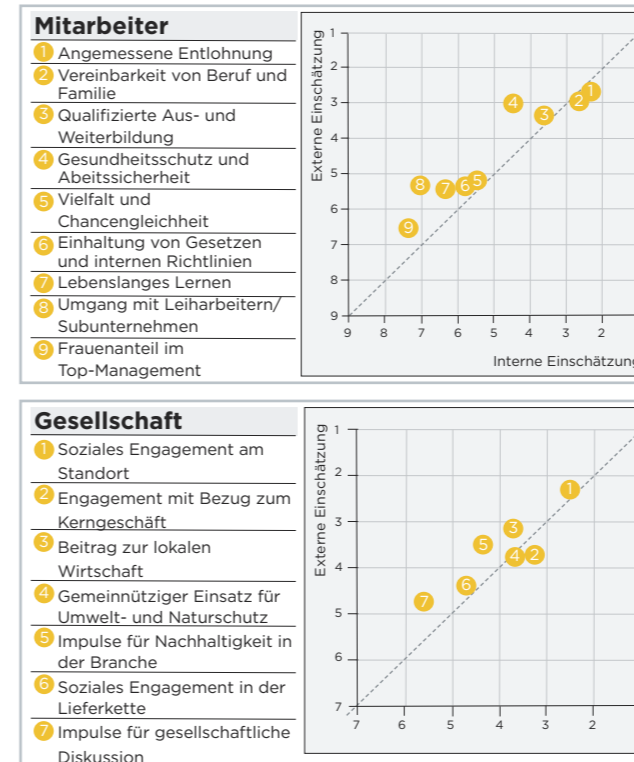
Im Bereich »Umwelt & Klima« behauptete sich Energieeffizienz klar auf dem 1. Platz. In Verbindung mit den zweit- und drittplatzierten Themen Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes bei Transport & Versand und Einsatz regenerativer Energien zeigte sich damit eine klare Priorität für Klimaschutzbelange. Aufgewertet wurden jedoch auch Erhalt der Artenvielfalt und Lärmschutz.

Im Handlungsfeld »Kunde & Sortiment« gelangte Produkttransparenz erneut auf den 1. Platz, während Produktsicherheit von Datenschutz auf Platz 3 verdrängt wurde.

Mit den Themen »existenzsichernde Löhne« und »Verbesserung der Arbeitsbedingungen«, das auf Platz 2 aufstieg, dominierten im Handlungsfeld Lieferanten die sozialen Themen.



Bei »Mitarbeiter« tauschen Vereinbarkeit von Beruf und Familie und angemessene Bezahlung (jetzt auf Platz 1) die Position. Hoch bewertet wurden außerdem qualifizierte Aus- und Weiterbildung sowie Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit. Unangefochten behauptete sich soziales Engagement am Standort im Handlungsfeld »Gesellschaft« auf Rang 1. Es folgten Engagement mit Bezug zum Kerngeschäft und Beitrag zur lokalen Wirtschaft, die beide ihre Einstufung verbessern konnten.



Das aufbereitete Material diente anschließend als Ausgangspunkt für einen Strategieprozess mit Vertretern relevanter Fachbereiche des Unternehmens. Bereits Mitte 2014 standen so die Grundzüge der CR-Strategie fest, die BAUR im Januar 2015 veröffentlicht. In dem anschließenden internen Strategieprozess veranstaltete die BAUR-Gruppe mehrere Gesprächsrunden (bilateral und in Workshops), um die Themen auf ihr Risiko- und Chancenpotenzial für die BAUR-Gruppe zu untersuchen. Betrachtet wurden die mit ihnen verbundenen Chancen und Risiken, aktuelle Stärken und Schwächen des Unternehmens in den jeweiligen Sektoren und die Wahrnehmung der Themen im Markt.

Als Leitplanken dienten hierbei fünf Kernfragen:

1. Welche Ambitionen und konkrete Ziele sollte die BAUR-Gruppe zu den wesentlichen CR-Themen verfolgen?
2. Für wen oder mit wem sollte sie sich engagieren?
3. Bis wann sollten die Ziele umgesetzt werden?
4. Woran sollte der Erfolg bei der Umsetzung bemessen werden?
5. Welche Themenfelder sollten in Beziehung mit dem Kerngeschäft im Fokus stehen und über Leuchtturmprojekte prioritär angegangen werden?

Auf diese Weise konnten mehrere Themenfelder identifiziert werden, die über die Zusammenarbeit innerhalb der Otto Group hinausgehend Potenzial für eine eigene CR-Profilierung der BAUR-Gruppe boten. Dies sind die Themenfelder »Verantwortung für Mitarbeiter/Attraktivität als Arbeitgeber« und »Region«. Darüber hinaus entschied sich die BAUR-Gruppe, in dem von der Otto Group vorgegebenen Bereich »Klimaschutz« weitergehende Akzente zu setzen. Das Handlungsfeld »Nähe zum Kunden; Sicherheit/Kundenvertrauen« mit den hoch bewerteten Themen

Gruppierung neuer Themen	Gruppierung der durch die Otto CR-Strategie abgedeckten Themen
<b>Nähe zum Kunden; Sicherheit/Kundenvertrauen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Produkttransparenz</li> <li>• Datenschutz</li> </ul>	<b>Themen abgedeckt in »Klimastrategie« &amp; »Papierstrategie«</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Energieeffizienz</li> <li>• Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes bei Transport und Versand</li> <li>• Ressourceneffizienz</li> <li>• Einsatz regenerativer Energien</li> </ul>
<b>Verantwortung für Mitarbeiter/Attraktivität als Arbeitgeber</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vereinbarkeit von Beruf &amp; Privatleben</li> <li>• Ausbildung</li> <li>• Integration von Menschen mit Behinderung</li> <li>• Gesundheitsschutz &amp; Arbeitssicherheit</li> <li>• Personalentwicklung</li> </ul>	<b>Themen abgedeckt im »Sozialprogramm«</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Umwelt- und Klimaschutz in der Wertschöpfungskette</li> <li>• Existenzsichernde Löhne</li> <li>• Verbesserung der Arbeitsbedingungen</li> <li>• Verzicht auf Beschaffung in Risikoländern</li> </ul>
<b>Region</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beitrag zur lokalen Wirtschaft</li> <li>• Soziales Engagement am Standort für Familien, für Menschen mit Behinderung sowie im Bereich Bildung</li> <li>• Lärmschutz &amp; Verkehr</li> </ul>	

»Wir sind nicht nur verantwortlich für das was wir tun, sonder auch für das, was wir nicht tun.«

Molière,  
Französischer Schauspieler, Theaterdirektor  
und Dramatiker (1622 – 1673)



# CR-Strategie 2025 der BAUR-Gruppe

»Produkttransparenz« und »Datenschutz« ist schon seit Langem zentraler Bestandteil der täglichen Arbeit der BAUR-Gruppe und wird im Rahmen bestehender Geschäftsprozesse bereits verantwortet.

Die im Strategieprozess definierten Ziele, Ambitionen und Leuchtturmprojekte sind detailliert aufgeführt in der Publikation »Verantwortung für heute und morgen« zur CR-Strategie der BAUR-Gruppe. Sie richtet sich an die Mitarbeiter aller Gruppenunternehmen. Die Inhalte werden außerdem auf den folgenden Seiten im Einzelnen erläutert.

## CR-Strategie 2025 der BAUR-Gruppe

Mit ihrer CR-Strategie festigt die BAUR-Gruppe das Fundament für gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln (Corporate Responsibility, CR) in den ihr angehörenden Unternehmen. Zugleich trägt die Strategie dazu bei, die Vision der BAUR-Gruppe als renditestarker, dynamischer Internet-Anbieter und Dienstleister mit einem fokussierten Sortiment in den Bereichen Mode, Schuhe und Wohnen zu verwirklichen.

Neben den Erwartungen der internen und externen Anspruchsgruppen basiert die CR-Strategie auf den geltenden gesetzlichen Bestimmungen und Compliance-Regeln und den im Unternehmen von Anfang an gelebten ethischen Grundsätzen. Ihre CR-Strategie knüpft daher ausdrücklich an die Kulturwerte der BAUR-Gruppe an. Sie heißen **ehrlich, wertschätzend, kundenorientiert und erfolgsorientiert**. Ehrlichkeit steht dabei an erster Stelle: Mitarbeiter der BAUR-Gruppe halten Wort, vertreten ihre Meinung, geben aber auch ihre Irrtümer zu und ziehen ihre Lehren daraus. Denn nur so erhält das gesellschaftliche Engagement die nötige Glaubwürdigkeit. Eine zentrale Säule

der CR-Strategie ist der Austausch mit den Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten, Gesellschaftern und den vielen anderen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) der BAUR-Gruppe. Ihnen begegnen die Mitarbeiter des Unternehmens mit hoher Wertschätzung. Dazu gehört, dass sie ihre Zusagen ihnen gegenüber strikt einhalten und ein respektvolles Miteinander pflegen. Seinen Kunden als den Auftraggebern der BAUR-Gruppe räumt das Unternehmen hierbei eine besonders wichtige Rolle ein, denn ihre Wünsche und Bedürfnisse sind für den Erfolg des Unternehmens von elementarer Bedeutung. Kundenorientierung und Erfolgsorientierung sind damit ebenfalls grundlegend für die CR-Strategie der BAUR-Gruppe. Mit ihnen schafft sie die wirtschaftliche Basis, um gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, und ihren Beitrag zu leisten zu einem nachhaltigen Wachstum in ihrer Heimatregion und darüber hinaus.

## Verantwortung für heute und morgen

Die CR-Strategie der BAUR-Gruppe steht unter dem Motto »Verantwortung für heute und morgen«. Damit signalisiert das Unternehmen, dass es mit seiner CR-Strategie für sein künftiges Handeln gleichermaßen Verantwortung übernimmt wie für sein Verhalten in der Gegenwart.

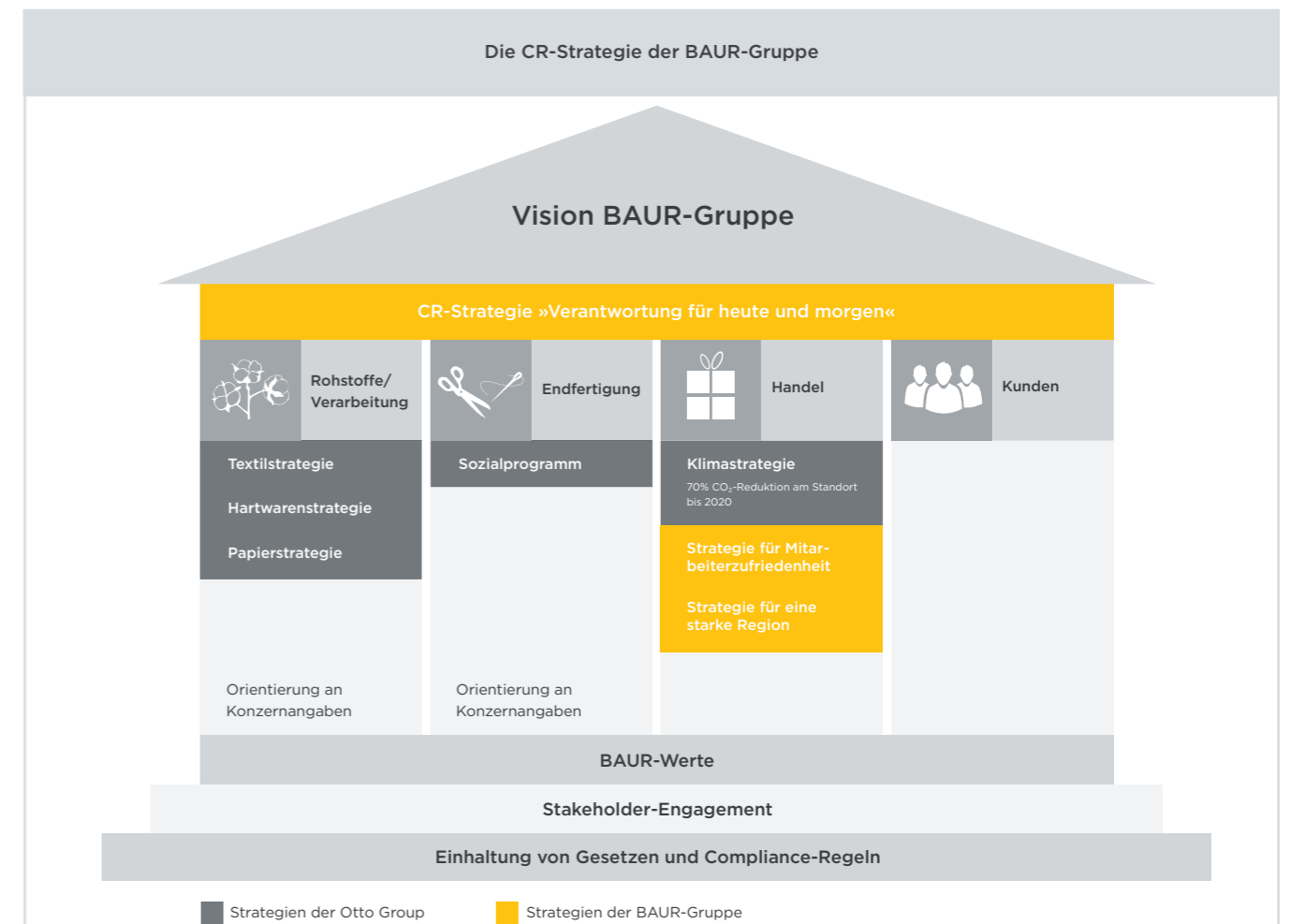
## Überprüfbare Ziele – klare Fristen für die Umsetzung

Die CR-Strategie der BAUR-Gruppe gliedert sich nach den Stationen ihrer Wertschöpfungskette und enthält sieben Teilstrategien. Jede von ihnen deckt eine Reihe wesentlicher CR-Themen ab.

Bei der Klimastrategie und der Papierstrategie wurde der Ansatz der Otto Group übernommen; vor allem für

den Klimaschutz hat sich die BAUR-Gruppe aber im Vergleich zur Otto Group noch anspruchsvollere Ziele gesteckt. In der Textil- und der Hartwarenstrategie sowie dem Sozialprogramm wurden die Ansätze und Zielgrößen der Otto Group zugrunde gelegt. Darüber hinaus hat die BAUR-Gruppe mit der Strategie für Mitarbeiterzufriedenheit und der Strategie für eine starke Region zwei eigenständige Ansätze entwickelt. Für beide Teilstrategien und die ihnen zugeordneten

Themen hat sie erste nachprüfbare Ziele definiert und für den Zeitraum bis 2025 einen Fahrplan (»Roadmap«, siehe S. 51) mit Fristen für deren Umsetzung skizziert. Hierbei wurde darauf geachtet, dass die Wirtschaftlichkeit und die Dringlichkeit der Maßnahmen in einem ausbalancierten Verhältnis zueinander stehen. Festgelegt wurde außerdem eine Reihe von Leuchtturmprojekten mit maximaler Hebelwirkung.



»Wenn jeder auf seinem Platz das Beste tut, wird es in der Welt bald besser aussehen.«

Adolph Kolping,  
Deutscher katholischer Priester (1813 – 1865)



## Gemeinsame Strategien mit der Otto Group

### Gemeinsame Strategien mit der Otto Group

Seit ihrer Einführung im Jahr 2007 beteiligt sich die BAUR-Gruppe an der Umsetzung der konzernweiten »CR-Strategie 2020« der Otto Group mit den Schwerpunkten Rohstoffgewinnung und Verarbeitung, Endfertigung, unternehmenseigene Standorte und Transporte sowie Nutzungsphase der Produkte beim Kunden. In ihrer CR-Strategie hat die BAUR-Gruppe deshalb die vom Konzern entwickelten Ziele und Standards aus der Papier-, Textil- und Hartwarenstrategie sowie dem Sozialprogramm der Otto Group übernommen.

#### Textil- und Hartwarenstrategie

Das Sortiment der Unternehmen der Otto Group umfasst mehr als eine Million unterschiedlicher Artikel. Angesichts dieser Fülle konzentriert die Otto Group ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten im Handlungsfeld Sortiment & Kunde auf Rohstoffe, die Otto über seine Warenbeschaffung in großen Mengen verwendet. Dies sind Baumwolle und Holz. Dort verfügt Otto als Abnehmer über einen großen Hebel, um für Verantwortung in der Lieferkette einzutreten. Im Rahmen der Textil- beziehungsweise Hartwarenstrategie sind bis 2020 hierfür folgende zwei Ziele gesetzt worden: **Alle Baumwollprodukte der Eigen- und Lizenzmarken werden aus nachhaltigen Quellen stammen. Sämtliche angebotenen Möbelprodukte aus Holz werden aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft stammen und entsprechend FSC®-zertifiziert sein.** Überall dort, wo die BAUR-Gruppe die Sortimentsgestaltung selbst verantwortet, nimmt sie maßgeblichen Einfluss auf die Umsetzung beider Ziele.

#### Papierstrategie

Die Otto Group gehört mit einem Papierbedarf von rund 260.000 Tonnen für Kataloge und Werbemittel

zu den größten Papierverbrauchern in Deutschland. Um die damit verbundenen Umweltbelastungen möglichst gering zu halten, setzt sie bei der Beschaffung konsequent auf FSC®-Papier aus verantwortungsvoller Waldwirtschaft.

**Ziel der Papierstrategie der Otto Group ist, 50% des Papierbedarfs für Kataloge und Werbemittel innerhalb der Otto Group aus FSC®-zertifizierten Quellen zu decken.** Die BAUR-Gruppe übernimmt dieses Ziel der Otto Group und unterstützt dessen Umsetzung.

#### Sozialprogramm

Die Otto Group setzt sich mit ihrem Sozialprogramm für existenzsichernde Löhne, Umwelt und Klimaschutz und eine Verbesserung der Arbeitsbedingungen in ihrer Lieferkette ein. Für die Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten hat sie in ihrem Code of Conduct soziale und ökologische Mindeststandards definiert. Es ist von zentraler Bedeutung, gründlich zu prüfen, ob diese eingehalten werden. Die Otto Group hat sich hierfür folgendes Ziel gesteckt:

**Bis 2015 werden alle aktuellen und potenziellen Zulieferer für Eigen- und Lizenzmarken in Risikoländern in das Sozialprogramm der Otto Group aufgenommen werden.**

Die Firma BAUR bezieht ihre Ware von der Otto Group, die Verantwortung für die Einhaltung der Vorgaben des Sozialprogramms liegt daher im Konzern. Darüber hinaus erweitert die BAUR-Gruppe das Sozialprogramm dieses Programms um Dienstleister und Lieferanten von Nichthandelswaren. Ab dem 1. Juli 2014 sind diese Mindeststandards daher Bestandteil aller Verträge.

### Klimastrategie der BAUR-Gruppe

Im Bereich Klimaschutz konzentriert sich die BAUR-Gruppe auf die Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen. **Ziel ihrer Klimastrategie ist eine Senkung aller standortspezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen um 70%.** Arbeitsschwerpunkte sind die Themen Energie- und Ressourceneffizienz, Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes bei Transport und Versand sowie Einsatz regenerativer Energien.

Die Otto Group wird ihre standort-, transport- und mobilitätsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2020 gegenüber den Werten für 2006/2007 halbieren. Die BAUR-Gruppe hat bei den standortspezifischen Emissionen die Konzernzielwerte bereits annähernd erreicht und die eigenen Zielvorgaben für 2020 deshalb auf 70% erhöht.

Um dieses ehrgeizige Ziel zu erreichen, entwickelt sie kontinuierlich neue Lösungen, prüft deren Nutzen und setzt sie bei positiv ausfallender Bewertung um. So konnten in den letzten Jahren bereits vielerlei Maßnahmen zur Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen umgesetzt werden. In Zukunft wird die BAUR-Gruppe weitere, bereits identifizierte CO<sub>2</sub>-Einsparmöglichkeiten sowohl im Bereich Energie- und Ressourceneffizienz als auch beim Einsatz regenerativer Energien umsetzen.

#### Kontinuierliche Effizienzverbesserungen zur Senkung des Strom- und Energieverbrauchs

Die BAUR-Gruppe wird in den kommenden Jahren alle Anlagen mit zu hohen Energieverbrauchswerten gegen effizientere austauschen und bei Um- und Neubauten höchste Energieeffizienzstandards anwenden. Für beide Aufgabenstellungen hat sie bereits eine große

Anzahl von Einzelmaßnahmen identifiziert: So wird sie die Umrüstung der Beleuchtung in Gebäuden des Standorts konsequent fortsetzen. Außerdem wird sie energiesparende Schnellauftore installieren, das Rechenzentrum modernisieren und energetische Gebäudemodernisierungen beispielsweise bei der Wärmedämmung des Hochhauses am Standort Burgkunstadt durchführen.

#### Einsatz von regenerativen und CO<sub>2</sub>-armen Energien

Mit der Inbetriebnahme von erdgasbetriebenen Blockheizkraftwerken senkt die BAUR-Gruppe ihren Ausstoß an klimaschädlichem CO<sub>2</sub>. Allein die Realisierung des BHKW am Standort Altenkunstadt vermeidet CO<sub>2</sub>-Emissionen in Höhe von jährlich bis zu 1.500 Tonnen. In den nächsten Jahren wird die BAUR-Gruppe außerdem weitere neue Photovoltaikanlagen auf den Gebäuden ihrer Standorte installieren.

#### Einhaltung gesetzlicher Regeln und Richtwerte für Lärmschutz und Verkehr

Das Thema Lärmschutz und Verkehr ist neben der Senkung der CO<sub>2</sub>-Emissionen ebenfalls von besonderer Bedeutung für die BAUR-Gruppe. Distanzhandel ist in der Regel mit Verkehr verbunden. Ein gewisses Maß an Lärm- und Abgasbelastungen lässt sich nicht vermeiden. Umso wichtiger ist es, dass die Anwohner durch den Werksverkehr nicht mehr als notwendig belästigt werden. Deshalb führt die BAUR-Gruppe regelmäßige Prüfungen durch, um zu gewährleisten, dass bei ihren Transporten und denen ihrer Dienstleister stets die gesetzlichen Vorgaben und Grenzwerte eingehalten werden.

»Alles was gegen die Natur ist, hat auf Dauer keinen Bestand.«

Charles Darwin,  
Britischer Naturforscher (1809 – 1882)



# Strategie für Mitarbeiterzufriedenheit

## Strategie für Mitarbeiterzufriedenheit

Ihre Mitarbeiter durch Wertschätzung zu binden und deren Leistung zu fördern, stellt für die Zukunft der BAUR-Gruppe einen zentralen Erfolgsfaktor dar. Deshalb will sie ihnen ein Umfeld bieten, in dem sie erfolgreich arbeiten und ihre Potenziale optimal entwickeln können. Die Mitarbeiter sollen bei der BAUR-Gruppe attraktive Arbeitsbedingungen vorfinden und sich wohlfühlen. **Ziel ihrer Strategie für Mitarbeiterzufriedenheit ist es, die BAUR-Gruppe zum attraktivsten und mitarbeiterfreundlichsten Arbeitgeber in der Region zu machen.** Dabei konzentriert sie sich auf die Themen Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, Ausbildung, Integration von Menschen mit Behinderung, Gesundheits- und Arbeitssicherheit, Personalentwicklung sowie interne Kommunikation. In jedem dieser Themenfelder ist die BAUR-Gruppe bereits vielfältig engagiert. Die Fortschritte, die sie dabei erzielt, sollen künftig sichtbar werden. Hierfür wurde pro Themenfeld ein operatives, schrittweise umsetzbares Ziel definiert. Um ihre Kräfte für dessen Realisierung möglichst effektiv zu bündeln, stellt sie außerdem jeweils mindestens ein Leuchtturmprojekt in den Fokus ihrer Aktivitäten. Ziele und Projekte sind in den folgenden Abschnitten dargestellt.

### Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben

Viele Mitarbeiter haben den Wunsch, familiäre Herausforderungen wie die Betreuung von Kindern oder pflegebedürftigen Angehörigen, aber auch persönliche Freizeitinteressen besser mit dem Berufsleben zu vereinbaren. Die BAUR-Gruppe nimmt diesen Wunsch ihrer Mitarbeiter ernst und hat sich vorgenommen, die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben in

ihren Unternehmen kontinuierlich zu verbessern. Hierzu bietet sie ihren Beschäftigten verschiedene Modelle zur flexiblen Arbeitsgestaltung an. Um sie auf die bestehenden Möglichkeiten hinzuweisen, will sie ihre Lösungen künftig intensiver kommunizieren. Zwar erfordert ihr Geschäftsmodell vielfach die physische Anwesenheit der Beschäftigten am Arbeitsplatz, dennoch sucht das Unternehmen nach Möglichkeiten, sie in Zukunft flexibler einzusetzen. Unter anderem ist geplant, die organisatorischen und technischen Voraussetzungen für Homeoffice und »Anywhere Office« weiter auszubauen. Ziel ist es, den heutigen Mitarbeitern, aber auch den zukünftigen Mitarbeitern des Unternehmens eine Chance zu bieten, berufliche und familiäre Aufgaben besser miteinander zu vereinbaren.



Zwischen Familie und Beruf:  
BAUR ermöglicht individuelle Lösungen.

## Attraktivster Ausbildungsbetrieb der Region

Die BAUR-Gruppe als dynamischer Internetanbieter engagiert sich kontinuierlich für eine Verbesserung der Ausbildung in zahlreichen Berufen und kann den Erfolg ihrer Maßnahmen regelmäßig an den Abschlussnoten ihrer Absolventen ablesen. Sie profiliert sich damit als attraktivster Ausbildungsbetrieb in der Region.



Sie stehen am Anfang ihrer Karriere:  
Auszubildende, das Kapitel für die Zukunft.

**Die BAUR-Gruppe setzt verstärkt auf die Gewinnung von eigenen Nachwuchskräften und bietet ein in der Region einmaliges Angebot an unterschiedlichsten Ausbildungsberufen und Studiengängen an.**

Zudem engagiert sich BAUR als Vorreiter zusammen mit Partnern aus Verbänden und Wirtschaft für die Entwicklung eines neuen Ausbildungsberufes im Online-Handel. Damit soll eine Basis zur Sicherung von qualifizierten Fachkräften im E-Commerce-Umfeld entstehen.

### Vorreiter bei der Integration von Menschen mit Behinderung

Eine Behinderung muss nicht notwendigerweise eine berufliche Einschränkung bedeuten. Viele Menschen

mit Behinderung können zur gesellschaftlichen Wertschöpfung beitragen und sind in ihrem Arbeitsfeld hochmotiviert. Die BAUR-Gruppe hat dieses Potenzial erkannt: Sie baut gezielt Barrieren ab und bietet Menschen mit Behinderung attraktive Beschäftigungsmöglichkeiten. Sie will so ihre Vorreiterrolle bei der Integration von Menschen mit Behinderung im Konzern halten und beabsichtigt, diese auch zu kommunizieren. 2013 lag der Anteil an Menschen mit Behinderung bei 10%. Die BAUR-Gruppe will sich mit diesem Thema künftig weiterhin als Vorbild für andere profilieren und hat sich zum Ziel gesetzt, alle ihre unternehmenseigenen Arbeitsstätten barrierefrei zu gestalten. So will sie Menschen mit Behinderung künftig noch mehr vollwertige Beschäftigungsmöglichkeiten bieten und auf dem Arbeitsmarkt die besten Kräfte für sich interessieren.



Jeder hat seine Stärken und kann sie bei  
BAUR einbringen.

»Umweltschutz ist eine Chance und keine Last, die wir tragen müssen.«

Helmut Sihler,  
Manager (\*1930)



# Strategie für Mitarbeiter-zufriedenheit

## Priorität für interne Nachwuchsförderung

Das Wissen der Mitarbeiter ist für ein Handelsunternehmen wie die BAUR-Gruppe ein wichtiges Kapital. Um Kompetenzträger an sich zu binden und deren Kenntnisse im Wettbewerb um den Kunden von Morgen zu nutzen, will BAUR seinen Beschäftigten exzellente berufliche Entwicklungschancen bieten. Mit der CR-Strategie wird auf eine Vertrauensbeziehung zum eigenen Führungsnachwuchs gesetzt. Wo immer möglich, besetzt die BAUR-Gruppe Positionen intern, qualifiziert und befähigt eigene Mitarbeiter für neue, verantwortungsvollere Aufgaben.

In ihrer Personalentwicklung berücksichtigt die BAUR-Gruppe sowohl Unternehmensziele als auch die Bedürfnisse der Mitarbeiter. Die BAUR Fulfillment Solutions optimiert hierfür ihr exemplarisches Programm zur systematischen Personalentwicklung und ergänzt diese um die Aspekte »Kundendialog« und

»Logistik«. Das Programm stärkt gezielt die Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen und soll in der gesamten Unternehmensgruppe umgesetzt werden. Im Rahmen des einjährigen Qualifikationsprogramms erhalten Führungskräfte und Mitarbeiter mit Führungspotenzial die Chance, sich auf bestehende und kommende Aufgaben professionell vorzubereiten und ihre Kenntnisse zu vertiefen. Sie setzen sich dabei mit ihrem Führungsauftrag auseinander und erlernen neue Methoden in den Bereichen Führung, Kommunikation und Konfliktmanagement.

Um den Erfolg ihrer Personalentwicklung zu prüfen, wird die BAUR-Gruppe regelmäßig überprüfen, wie viele ihrer Führungspositionen aus ihrer eigenen Belegschaft besetzt wurden, und die Anzahl der Teilnehmer an bereichsspezifischen Weiterbildungsmaßnahmen erheben.



Weiterbildung hat einen hohen Stellenwert, denn ein Unternehmen ist nur so gut wie seine Mitarbeiter.



Ein Team erfolgreich führen heißt, Mitarbeiter zu motivieren.

## Gezielte Förderung von Sicherheit und Gesundheit

Unfälle und Berufskrankheiten richten großen persönlichen, aber auch volks- und betriebswirtschaftlichen Schaden an. Die BAUR-Gruppe will die Ausfallzeiten möglichst gering halten; darüber hinaus betrachtet BAUR es als seine Pflicht als Arbeitgeber, Unfällen und Berufskrankheiten systematisch vorzubeugen. Die BAUR-Gruppe fördert deshalb Sicherheit und Gesundheit gezielt durch die geeignete Gestaltung betrieblicher Einrichtungen und eine entsprechende Organisationsentwicklung.



Unser Gesundheitsmanagement – ein Zeichen von Wertschätzung für Mitarbeiter.

Hierzu wird in der 2. HTS das Arbeitsschutzmanagementsystem an einen etablierten Managementstandard angepasst und dementsprechend zertifiziert. Nach erfolgreicher Einführung soll dies auch in weiteren Einheiten wie BFS Baur Fulfillment Solutions und BAUR-Logistik eingerichtet werden. Die BAUR-Gruppe wird zudem ihre Gesundheitsmaßnahmen insgesamt stärker bündeln und deren Wirksamkeit prüfen. Weiterhin wird sie ihre Mitarbeiter intensiver

auf ihre Gesundheitsangebote hinweisen und zur Teilnahme motivieren. Zur Erfolgskontrolle erhebt sie die Quote der Arbeitsunfälle und erfasst die Zahl der Teilnehmer an Gesundheitstrainings.

## Bessere interne Kommunikation

Mitarbeiterzufriedenheit ist nicht nur eine Frage der Arbeitgeberleistungen, sondern auch der Kommunikation. Die BAUR-Gruppe verbessert darum kontinuierlich ihre interne Kommunikation und informiert ihre Mitarbeiter aktuell und zielgruppenadäquat über wichtige Entscheidungen, Ereignisse und Kennzahlen des Unternehmens.

Unter anderem bereitet das Unternehmen den Aufbau einer multifunktionalen Intranet-Plattform vor. Erste Module sollen im Februar 2015 in Betrieb gehen. Die Plattform wird als Basis zum internen Wissensmanagement dienen. Außerdem soll sie Workflow-Prozesse für die Mitarbeiter beispielhaft vorstrukturieren. Um den Aufbau bedarfsgerecht zu steuern, führt die BAUR-Gruppe bis 2018 regelmäßige Mitarbeiterbefragungen durch und ermittelt die Besucherzahlen ihrer Intranet-Seiten.



Erfolgsfaktor Kommunikation: besser informiert – stärker motiviert.



»Die Welt hat genug für jedermanns Bedürfnisse, aber nicht für jedermanns Gier.«

Mahatma Gandhi,  
Freiheitskämpfer (1869 – 1948)



# Strategie für eine starke Region

## Strategie für eine starke Region

Die BAUR-Gruppe ist mit der Region Oberfranken eng verbunden. Nur in einem wirtschaftlich starken Umfeld mit leistungsfähigen, lokalen Dienstleistern, in dem sich ihre künftigen Beschäftigten wohlfühlen, kann sie ihre Unternehmensvision umsetzen.

**Sie hat sich deshalb mit ihrer Strategie für eine starke Region zum Ziel gesteckt, einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Attraktivität der Region für Arbeitnehmer zu leisten und die Stärkung der Wirtschaft an führender Stelle voranzutreiben.**

Ergänzend zur Identifikation der Themenfelder nahm die BAUR-Gruppe im Rahmen ihres Strategieprozesses für den Bereich des regionalen Engagements eine Priorisierung vor. An oberster Position steht das Themenfeld »Beitrag zur lokalen Wirtschaft«. Es folgen auf dem zweiten Level soziales Engagement im Bereich Bildung und soziales Engagement für Familien am Standort. Auf der dritten und vierten Prioritätsstufe rangieren soziales Engagement für Menschen mit Behinderung und für Menschen mit Migrationshintergrund. Für jedes der Themenfelder wurde ein operatives Ziel und mindestens ein Leuchtturmprojekt festgelegt.

### Motor der regionalen wirtschaftlichen Entwicklung

Bei der Standortförderung müssen Orte wie Burgkunstadt, Altenkunstadt und Weismain mit großen Konkurrenten schritthalten, obwohl die finanziellen und personellen Ressourcen hierfür begrenzt sind. Deshalb ist es wichtig, dass BAUR die öffentliche Hand bei dieser Aufgabe unterstützt. Die BAUR-Gruppe versteht sich deshalb als treibende Kraft bei der Stärkung der regionalen Wirtschaft. Sie will hierfür als Hauptinitiator möglichst viele Unternehmen vor Ort

in einem Wirtschaftsforum zusammenführen. Das Forum soll sich mit Themen wie Verkehrs- und IT-Infrastruktur, Bildung und Ausbildung oder medizinische Versorgung beschäftigen und klar für die Stärkung der regionalen Wirtschaft Position beziehen. Dabei sollen möglichst viele Akteure aus der Region einbezogen werden. Außerdem will die BAUR-Gruppe einen eigenen Beitrag zur Stärkung des Standorts leisten, indem Sie weiterhin verstärkt Aufträge an Unternehmen im lokalen Umfeld vergibt.

### Engagement für gute Bildung

Bildungschancen sind ein wichtiges Instrument, um Talente in der Region zu halten und leistungsfähige Menschen an den Standort zu holen. Mit einer guten Bildung sichert sich die BAUR-Gruppe den Nachwuchs, mit dem sie erfolgreich sein kann, und erhält die Wirtschaftskraft ihrer Region. Deshalb hat sich die BAUR-Gruppe vorgenommen, einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Bildungschancen der Menschen in der Region zu leisten. Hierfür bereitet sie drei Leuchtturmprojekte vor: Mit der Initiative »Engagement an regionalen Schulen« will sie bestehende Bildungsaktivitäten an regionalen Schulen, darunter Praxis-Seminare an Gymnasien, Bewerbertrainings oder Girls-Days bündeln und so wirksamer gestalten. Außerdem wird BAUR bestimmte Kurse des BAUR-Schulungsprogramms mit allgemeingültigen Inhalten künftig auch für Mitarbeiter anderer Unternehmen, die dem Wirtschaftsforum angehören, öffnen und so ein Signal für mehr Bildungsengagement in der regionalen Wirtschaft setzen. Um das Angebot bekanntzumachen, wird man die direkten Kanäle zu den Partnern vor Ort nutzen.

## Aufwertung der Region für Familien und Arbeitnehmer

Motivierte und qualifizierte Arbeitskräfte sind heute mobiler denn je. Damit BAUR sie an die Region und das Unternehmen binden kann, ist es wichtig, dass sie und ihre Familien sich hier wohlfühlen. Die BAUR-Gruppe will deshalb einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Attraktivität der Region für Familien beziehungsweise Arbeitnehmer leisten. Um herauszufinden, welche Faktoren für die Attraktivität einer Region wie Oberfranken entscheidend sind, unterstützt die BAUR-Gruppe eine Analyse, die deren Potenziale aufdecken wird. Gleichzeitig will das Unternehmen untersuchen, welche Institutionen oder Initiativen dazu beitragen können, die Region attraktiver zu machen, und diese kontaktieren.

### Integration von Menschen mit Behinderung

Die BAUR-Gruppe möchte ihr Engagement für die Integration von Menschen mit Behinderung in der Region Oberfranken intensivieren. Das Unternehmen kann so seine Vorreiterrolle in diesem Bereich festigen und kommunizieren.

Die Behindertenwerkstätten der Regens-Wagner-Stiftung leisten hier bereits wertvolle Arbeit, indem sie Personen mit Handicap in Wertschöpfungsprozesse einbinden und ihnen die damit verbundene gesellschaftliche Wertschätzung ermöglichen. Um sie hierbei zu unterstützen, wird die BAUR-Gruppe der Stiftung eine Plattform für den Vertrieb ihrer Produkte bieten: In Kürze werden diese in einer eigenen Rubrik des BAUR-Onlineshops für unsere Kunden überall erhältlich sein. Das Unternehmen erwartet, dass die Stiftung den Absatz ihrer Produkte damit erheblich steigern wird. Darüber hinaus will die BAUR-Gruppe für Menschen, die von der Stiftung betreut werden,



Die BAUR-Familie ist bunt:  
Jeder ist willkommen!

Einsatzmöglichkeiten in ihren eigenen betrieblichen Abläufen, etwa der Pflege der Außenanlagen, finden. Neben der Integration in Arbeitsprozesse will die BAUR-Gruppe die Menschen in der Region für eine integrative Freizeitgestaltung sensibilisieren. Mit der Initiative »Gemeinsame Aktivitäten

in Unternehmen & Region« plant das Unternehmen integrative Sport- und Freizeitaktivitäten, zum Beispiel einen gemeinsamen Umwelttag, für Menschen mit und ohne Behinderung.

### Integrationshilfe für Menschen mit Migrationshintergrund

Menschen, die ihre Heimat verlassen, um Verfolgung oder Armut zu entkommen, sind meist hochmotiviert, jung und lernbegierig sowie integrationsbereit. Wenn BAUR ihnen hierbei entgegenkommt, können wertvolle Arbeitskräfte an das Unternehmen gebunden und der Alterung der Gesellschaft etwas entgegen gestellt werden. Die BAUR-Gruppe unterstützt deshalb Menschen mit Migrationshintergrund durch materielle Hilfen und persönliches Engagement bei der Integration in der Region. Konkret will sich das Unternehmen für eine Verbesserung der Situation der Bewohner des Asylbewerberheims an seinem Standort Weismain einsetzen und die Integration von Asylbewerbern in Arbeitsprozesse aktiv fördern.

»Wo man nehmen will,  
muss man geben.«

Laozi,  
Chinesischer Philosoph  
(6. Jahrhundert v. Chr.)



# CR-Projekte von UNITO und CR- Roadmap der BAUR-Gruppe

## CR-Projekte von Unito und CR-Roadmap der BAUR-Gruppe

Als Mitglied der BAUR-Gruppe bekennt sich UNITO zu deren CR-Strategie und will mit eigenen Leuchtturmprojekten zu ihrem Erfolg beitragen. Die Schwerpunkte liegen vor allem auf den Wertschöpfungsstufen Handel und Kunde.

### Energieeffizienz und Ressourcenschonung durch Green IT

UNITO hat am Standort Graz einen Green IT Check durchgeführt, um Energieeinsparpotenziale in der eigenen Infrastruktur zu identifizieren. Im Rahmen eines auf UNITO zugeschnittenen Maßnahmenplans sollen diese genutzt werden. Um IT-Altgeräte einer sinnvollen Wiederverwertung zuzuführen oder zu recyceln, kooperiert Unito mit einem Social- und Green IT-Dienstleister.

### Senkung des Papierverbrauchs im Kundendienst

Im Rahmen des Projekts T.R.E.E. (Technologie.Ressourcen.Effizienz) digitalisiert UNITO zahlreiche Arbeitsabläufe und reduziert so den Papierverbrauch bei der Verwaltung von Kontakten, Wiedervorlagen, Dienstplänen etc. Künftig sollen auch Schulungsunterlagen, Postnachforschungen und nachgesteuerte Online-Bestellungen ausschließlich digital abgewickelt werden.

### UNITO-Tochter Ackermann fördert Landschaftsschutz

National- und Naturparke nehmen in der Schweiz einen großen Stellenwert ein: Sie decken mehr als 15% der Fläche der Schweiz ab, sind Lebensraum von überdurchschnittlich vielen bedrohten Arten und verfügen über 12% der landwirtschaftlichen Nutzfläche in der Schweiz, in denen Landwirte ökologischer wirtschaften als im Schweizer Durchschnitt. Die Schweizer UNITO-Tochter Ackermann hat sich deshalb zum Ziel

gesetzt, Bewusstsein für diese Naturschauplätze und deren Artenvielfalt zu schaffen sowie ihrer Versandkundschaft eine Auswahl besonders schöner Plätze nachhaltig und komfortabel mit dem öffentlichen Verkehr zugänglich zu machen.

### Förderung der Familie

Um eine familienbewusste Personalpolitik im Unternehmen nachhaltig umzusetzen, hat UNITO im Rahmen des Audits »berufundfamilie« die Realisierung zahlreicher familienfreundlicher Maßnahmen festgelegt. Einige davon wurden bereits umgesetzt: So wird beispielsweise die Kinderbetreuung finanziell unterstützt, und eine Familienbeauftragte wurde an allen Standorten gewählt. Andere Ideen sind bereits in Bearbeitung und werden bis Ende 2016 zur Umsetzung gebracht. Mit der Fortführung des Projekts »We link family« wird unter dem Titel »We link generation« nun auch das Thema Pflege von bedürftigen Angehörigen gezielt bearbeitet. Geplant sind dabei unter anderem eine Informationskampagne, um Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Pflege und Beruf aufzuzeigen und dadurch die MitarbeiterInnen bestmöglich zu unterstützen.

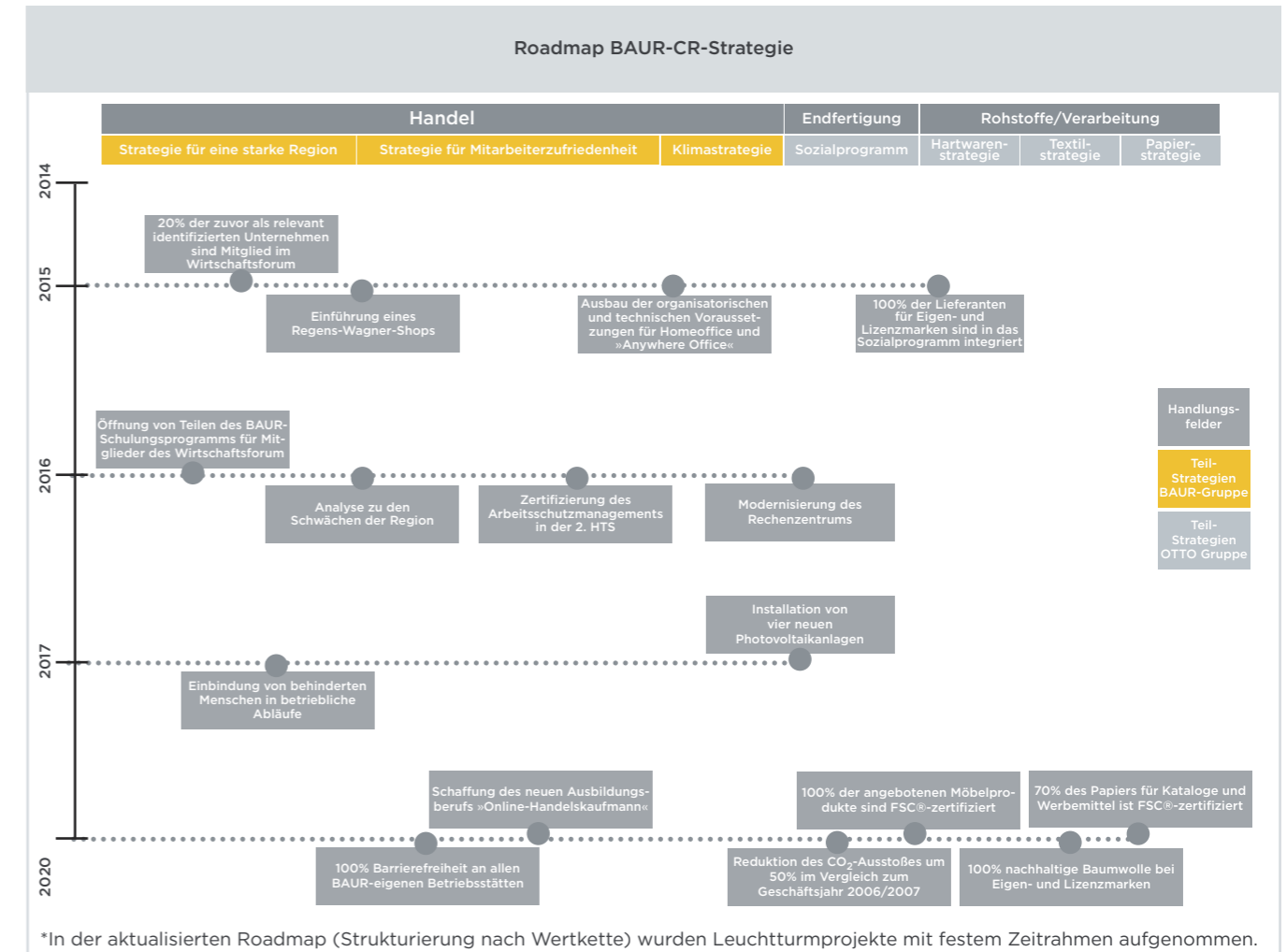
### Projektangebote für ehrenamtliches Mitarbeiterengagement

UNITO kooperiert mit österreichischen Sozialvereinen an den Standorten Graz, Salzburg und Bergheim, um seinen Mitarbeitern eine Reihe von Projektideen für freiwilliges Engagement (Corporate Volunteering) anzubieten. Sie erhalten so Gelegenheit, Menschen mit Behinderungen oder Migrationshintergrund zu begegnen und können sich hierfür von ihrer Arbeit freistellen lassen.

## CR-Ziele systematisch verfolgt

Mithilfe der CR-Strategie 2025 der BAUR-Gruppe kann das Unternehmen gruppenweit koordiniert an der Umsetzung der CR-Ziele arbeiten, Fortschritte überprüfen und die Ergebnisse zur Steuerung seiner Maßnahmen verwenden. Die folgende Roadmap stellt diesen Prozess transparent dar. Sie gibt den aktuellen Stand des

Strategieprozesses wieder und zeigt für interne Zwecke den jeweiligen Handlungsbedarf auf. Die Roadmap unterliegt einer kontinuierlichen Entwicklung. So werden die Ergebnisse aus den zweijährigen Stakeholderumfragen auf deren Handlungsmöglichkeit hin geprüft, ergänzt und anschließend mit aufgenommen.



»Die Kenntnis der Ursachen bewirkt die Erkenntnis der Ergebnisse.«

Marcus Tullius Cicero,  
Römischer Philosoph und Politiker  
(106 – 43 v. Chr.)



## Ergebnisse, Ziele und Maßnahmen



### Auf einen Blick informiert: unsere Ergebnisse

Ziel	Maßnahme	Termin	Stand
<b>Umwelt- und Klimaschutz</b>			
Zertifizierung des Umweltmanagementsystems	Rezertifizierung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001	2013	umgesetzt
Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen um 50% (auf Basis des Geschäftsjahres 2006/2007) bis 2020	Installation von ca. 11.000 Leuchten in T5 mit dimmbaren Vorschaltgeräten und Corridor-Funktion. CO <sub>2</sub> -Einsparung: ca. 500 Tonnen/Jahr	fortlaufend	Einbau von 4.500 Leuchten fortlaufend
	Austausch von ca. 2.000 T8-Leuchten gegen T5 Leuchten mit elektronischen Vorschaltgeräten. CO <sub>2</sub> -Einsparung: ca. 5 Tonnen/Jahr	fortlaufend	Einbau von 1.800 Leuchten fortlaufend
	Bau eines erdgasbetriebenen Blockheizkraftwerks am Standort Burgkunstadt, Gebäude 45	2013	nicht umgesetzt
	Start des Azubi-Projektes »Energyscouts« zur Ermittlung von Energieeinsparpotenzialen	2013	umgesetzt
Wassereinsparung	Einbau wasserloser Urinale und WCs mit Zweimengenspülung im Zuge von Sanierungen	fortlaufend	umgesetzt
Ressourcenschonung	Mitarbeitersensibilisierung zum Thema Papiereinsparung bei Druckprozessen	fortlaufend	umgesetzt
	Automatisierung von Prozessen (z. B. Umsetzung eines papierlosen Urlaubsgenehmigungsprozesses)	Start ab 2013	in Umsetzung
Klimaschutz	Start des Projektes »Mitfahrforum« per Internet (b.mobile)	2013	umgesetzt
<b>Sortiment und Kunde</b>			
Reduktion der Umweltauswirkungen bei der Katalog- und Mailingproduktion	Ausbau des Anteils der auf FSC®-Papier gedruckten Katalogseiten und Mailings	fortlaufend	in Umsetzung
	Erhöhung des Recyclingpapieranteils bei der Herstellung der Werbemittel bzw. Steigerung der Verwendung von Papieren mit Altpapieranteil	fortlaufend	fortlaufend
	Reduzierung der Kontrollen vor Ort durch standardisierte Workflows und QM-Systeme	fortlaufend	umgesetzt

»Nur wer sein Ziel kennt,  
findet den Weg.«

Laozi,  
Chinesischer Philosoph  
(6. Jahrhundert v. Chr.)



Ergebnisse, Ziele  
und Maßnahmen

**Auf einen Blick informiert: unsere Ergebnisse**

Ziel	Maßnahme	Termin	Stand
<b>Lieferanten</b>			
Ausbau des Geltungsbereichs des Sozialprogramms	Erweiterung der seit 2008 bestehenden Fassung des Sozialprogramms	Start ab 2013	Umsetzung über Otto
	Ausbau des systematischen Umsetzungs-Controllings/Berichtswesens sowie Einsatz einer konzernweiten Datenbank gemeinsam mit Hermes-Otto International, die die Abbildung der gesamten Lieferantenstruktur inkl. Unterauftragnehmern ermöglicht	fortlaufend seit 2010, Erweiterung ab 2013	Umsetzung über Otto
Sensibilisierung der Dienstleister	Erarbeitung eines »Nachhaltigkeits-Checks« für Dienstleister und Lieferanten	2013	Umsetzung über Otto
Qualifizierungsmaßnahmen für Lieferanten	Fortsetzung der »Market Development Programme« bei Lieferanten	fortlaufend seit 2010	Umsetzung über Otto
Verhaltenskodex	»Code of Conduct« für Nichthandelsware und Dienstleistungen: Aufbau eines Monitoringprogramms zur stichprobenhaften Überprüfung	Start ab 2013	umgesetzt, Fortführung
<b>Mitarbeiter</b>			
Gewährleistung sicherer und gesunderhaltender Arbeitsbedingungen	Systematische Durchführung von Betriebsbegehungen und anschließender Erstellung von Maßnahmenplänen inkl. darauf folgendem Umsetzungsscheck	fortlaufend	fortlaufend
	Durchführung einer Arbeitssicherheitsschulung für alle Führungskräfte der BFS	2013	umgesetzt
	Durchführung von Gesundheitszirkeln	Start ab 2013	umgesetzt
Praktische Umsetzung von Lerninhalten aus dem betrieblichen Internetunterricht für Auszubildende	Fortsetzung des Azubi-Projektes »Möbelmusterverkauf« per Internet (b.sales)	fortlaufend	fortlaufend
<b>Gesellschaft</b>			
Fortsetzung des gesellschaftlichen Engagements	BAUR wird sein gesellschaftliches Engagement weiter fortsetzen	fortlaufend	umgesetzt

**Auf einen Blick informiert: unsere Ziele**

Ziel	Maßnahme	Termin	Verantwortlichkeit
<b>Umwelt- und Klimaschutz</b>			
Zertifizierung des Umweltmanagementsystems	Aufrechterhaltung der Zertifizierung nach DIN ISO 14001 für die BAUR-Gruppe	fortlaufend	Informationsmanagement/ Bau und Technik
Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen um 70% (auf Basis des Geschäftsjahres 2006/2007) bis 2020	Beleuchtungsumbau an mehreren Standorten, gesamte CO <sub>2</sub> -Einsparung: 640 Tonnen	bis GJ 2017/18	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Bau einer Photovoltaikanlage am Standort BKU Möbelhalle CO <sub>2</sub> -Einsparung: 85 Tonnen	GJ 2015/16	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Gebäudedämmung Hochhaus CO <sub>2</sub> -Einsparung: 70 Tonnen	GJ 2015/16	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Modernisierung Rechenzentrum CO <sub>2</sub> -Einsparung: 200 Tonnen	GJ 2015/16	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Abriss Verwaltungsgebäude und Neubau eines Gebäudes am Standort Burgkunstadt, CO <sub>2</sub> -Einsparung: 60 Tonnen	GJ 2015/16	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Bau einer Photovoltaikanlage am Standort Weismain (Gebäude 1 und 2), gesamte CO <sub>2</sub> -Einsparung: 225 Tonnen	GJ 2015/16	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Umbau mehrere Schnelllaufstore, gesamte CO <sub>2</sub> -Einsparung: 468 Tonnen	bis GJ 2017/18	Informationsmanagement/ Bau und Technik
Aktiver Umweltschutz	Fortführung der Bachpatenschaft »Weismain«, Ausweitung der Projekte	fortlaufend	Informationsmanagement/ Bau und Technik
Ressourcenschonung	Mitarbeitersensibilisierung zum Thema Papiereinsparung bei Druckprozessen	fortlaufend	alle Bereiche
	Mitarbeitersensibilisierung zum Thema Abfalltrennung und -sammlung	fortlaufend	alle Bereiche
<b>Sortiment und Kunde/Lieferant</b>			
Reduktion der Umweltauswirkungen bei der Katalog- und Mailingproduktion	Ausbau des Anteils der auf FSC®-Papier gedruckten Katalogseiten und Mailings	fortlaufend	Werbung
	Erhöhung des Recyclingpapieranteils bei der Herstellung der Werbemittel bzw. Steigerung der Verwendung von Papieren mit Altpapieranteil	fortlaufend	Werbung
	Rezertifizierung »FSC®« für nachhaltige Werbemittelproduktion	fortlaufend	Werbung
	Gründung eines »Kompetenzteams Nachhaltigkeit« zur Erarbeitung relevanter Verbesserungsvorschläge	fortlaufend	Werbung

»Auch eine tausend Meilen lange Reise beginnt stets mit dem ersten Schritt.«

Laotse,  
Chinesischer Philosoph  
(ca. 3. Jahrhundert v. Chr.)



## Ergebnisse, Ziele und Maßnahmen

### Auf einen Blick informiert: unsere Ziele

Ziel	Maßnahme	Termin	Verantwortlichkeit
<b>Mitarbeiter</b>			
Gewährleistung sicherer und gesunderhaltender Arbeitsbedingungen	Systematische Durchführung von Betriebsbegehungen und anschließender Erstellung von Maßnahmenplänen inkl. darauf folgendem Umsetzungscheck	fortlaufend	Personal
	Durchführung regelmäßiger Arbeitssicherheitsschulung für alle Führungskräfte der Baur-Gruppe	2013	Personal
	Durchführung von Gesundheitszirkeln	fortlaufend	Personal
	Angebot über Gesundheitstrainings in Form von Vorträgen, Aktionen und Sportangeboten	fortlaufend	Personal
Gewährleistung der optimalen Erste-Hilfe-Versorgung	Kontinuierliche Aus- und Weiterbildung von Betriebssanitätern und Ersthelfern	fortlaufend	Personal
»BAUR verbessert die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.«	Arbeitsplätze schaffen mittels Ausbau der organisatorischen und technischen Voraussetzungen für Homeoffice und »Anywhere Office«	2015	Informationsmanagement/ Bau und Technik
	Einführung einer Kinderferienbetreuung und Einrichtung eines Mutter-Kind-Zimmers	2015	Personal
»Die BAUR-Gruppe ist attraktivster Ausbildungsbetrieb in der Region.«	Schaffung eines neuen Ausbildungsberufes für den Onlinehandel	bis spätestens 2020	Personal
»BAUR nimmt eine Vorreiterrolle bei der Integration von Menschen mit Behinderung im Konzern ein, hält und kommuniziert diese.«	Schaffung einer 100%igen Barrierefreiheit an allen BAUR-eigenen Betriebsstätten	bis 2020	Informationsmanagement/ Bau und Technik
»BAUR fördert Sicherheit und Gesundheit gezielt durch die geeignete Gestaltung betrieblicher Einrichtungen und der Organisation.«	Zertifizierung des Arbeitsschutzmanagements in der Zweiten Hermes TranStore Service GmbH & Co. KG	2016	Logistik
»Die BAUR-Gruppe verbessert ihre interne Kommunikation kontinuierlich und informiert ihre Mitarbeiter aktuell und zielgruppenadäquat über wichtige Entscheidungen, Ereignisse und Kennzahlen des Unternehmens.«	Schaffung eines multifunktionalen Intranets, das Wissensbasis und zugleich Workflow für die Mitarbeiter darstellt	2015	Personal

### Auf einen Blick informiert: unsere Ziele

Ziel	Maßnahme	Termin	Verantwortlichkeit
<b>Gesellschaft</b>			
»BAUR ist treibende Kraft zur Stärkung der regionalen Wirtschaft.«	Initiierung eines Wirtschaftsforums für regionale Unternehmer	2015	Informationsmanagement/ Bau und Technik
»BAUR leistete einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Bildungschancen der Menschen in der Region.«	Initiative »Engagement an regionale Schulen« zur Bündelung der bestehenden Bildungsaktivitäten (P-Seminar)	fortlaufend	Personal
	Öffnung von Teilen des BAUR-Schulungsprogramms für Mitglieder des Wirtschaftsforums	2016	Personal
»BAUR leistete einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Bildungschancen der Menschen in der Region.«	Analyse der Schwächen der Region, Identifikation von Initiativen	2016	Informationsmanagement/ Bau und Technik
»BAUR hält seine Vorreiterrolle bei der Integration von Menschen mit Behinderung in der Region, erweitert diese gegebenenfalls und kommuniziert diese.«	Einführung eines Regens-Wagner-Shops	2015	Marketing
	Weitere Einbindung von Mitarbeitern von Regens Wagner in betriebliche Abläufe (z. B. Gartenpflege)	2015	Informationsmanagement/ Bau und Technik
»BAUR unterstützt Menschen mit Migrationshintergrund bei der Integration in der Region durch materielle Hilfen und persönliches Engagement.«	Unterstützung des Asylbewerberheims Weismain: aktive Integration in die Arbeitsprozesse	fortlaufend	Informationsmanagement/ Bau und Technik

»Mehr als die Vergangenheit interessiert mich die Zukunft, denn in ihr gedenke ich zu leben.«

Albert Einstein,  
Theoretischer Physiker (1879 – 1955)

## Ihre Meinung ist uns wichtig!

Liebe Leserinnen und Leser,

wir hoffen, Ihnen hat das Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts Spaß gemacht. Gerne können Sie uns mitteilen, wie er Ihnen gefallen hat. Sollten Sie die eine oder andere Information vermisst haben, rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns. Auch für Anregungen, wie wir den Bericht in Zukunft verbessern können, sind wir jederzeit offen. Ob Kritik, Lob, Wünsche oder Fragen, wir freuen uns auf Ihre Nachricht.

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Ihr BAUR-Team

## Rufen Sie an oder schreiben Sie uns!

Kontakt:

Ute Stauer-Pümmerlein  
Umwelt- & CR-Koordinatorin  
Telefon: 0 95 72 - 91 29 63  
E-Mail: [umwelt@baur.de](mailto:umwelt@baur.de)



## Impressum

BAUR Versand (GmbH & Co KG) | Albert Klein | Sprecher | Bahnhofstraße 10 | 96224 Burgkunstadt | Internet: [www.baur.de](http://www.baur.de)  
Redaktion: Erhard Ströhl, Ute Stauer-Pümmerlein | Texte: Ute Stauer-Pümmerlein, Manfred Gawlas, Wolfgang Seib, Doris Bergmann, Thomas Schwarzmeier, Thomas Reitstetter, Hartmut Kopp, Carsten Allwicher, Cyrus Hemmasi, Miriam Aland, Silvana Krause, Johanna Foitzik, Dieter Rump | Lektorat: Dr. Bernd Wollner | Gestaltung: Julia Uri, Lisa Volk | Fotografie: Eva Sallmann

Bildnachweis:

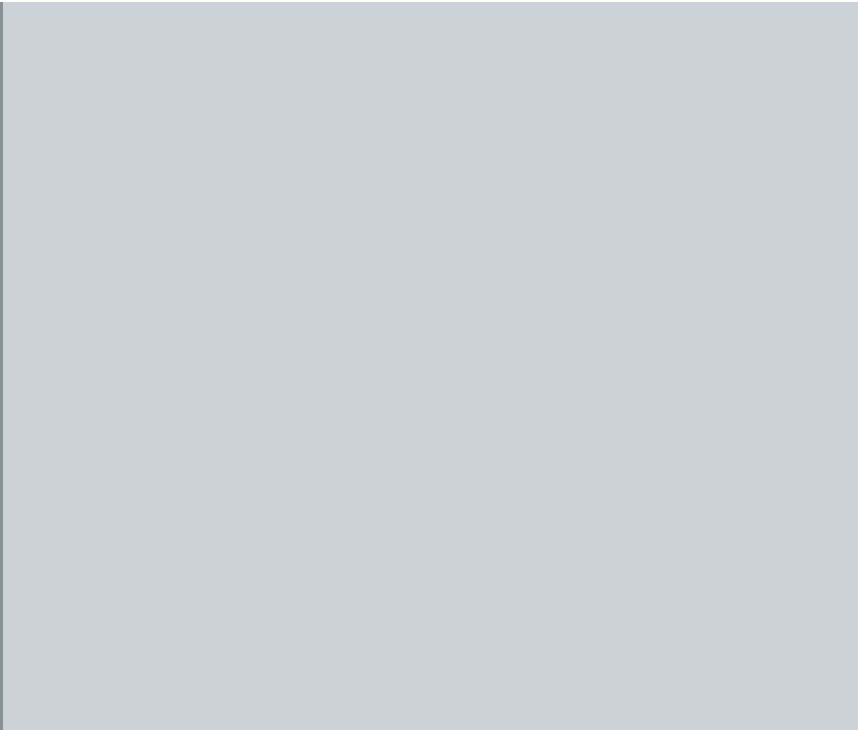
BAUR-Bildmaterial, Bayreuther Ökonomiekongress

Haftungsausschluss:

Dieser Nachhaltigkeitsbericht enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen, die auf Annahmen und Schätzungen der Unternehmensleitung beruhen. Obwohl die Unternehmensleitung annimmt, dass die Erwartungen dieser vorausschauenden Aussagen realistisch sind, kann sie nicht dafür garantieren, dass die Erwartungen sich auch als richtig erweisen. Die Annahmen können Risiken und Unsicherheiten bergen, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den vorausschauenden Aussagen abweichen. Falls der Nachhaltigkeitsbericht redaktionelle Fehler enthält oder in einigen Gesichtspunkten unvollständig ist, übernimmt die BAUR (GmbH & Co KG) dafür keine Haftung oder Garantie. Eine Aktualisierung der vorausschauenden Aussagen oder eine Korrektur bzw. Ergänzung des Nachhaltigkeitsberichts ist weder geplant noch übernimmt die BAUR (GmbH & Co KG) die Verpflichtung dafür. Die BAUR (GmbH & Co. KG) behält sich jedoch vor, den Nachhaltigkeitsbericht jederzeit ohne besondere Ankündigung zu aktualisieren.

RECYSTAR POLAR – RECYCLINGPAPIER AUS 100% ALTPAPIER. HERGESTELLT OHNE ZUSATZ OPTISCHER AUFHELLER UND OHNE CHLORBLEICHE. ZERTIFIKAT UMWELTZEICHEN UZ12 »BLAUER ENGEL«, FSC®-RECYCLING UND EU-BLUME.





# BAUR GRUPPE

■ ■ ■ ■ *A member of the otto group*

BAUR Versand (GmbH & Co KG) | Bahnhofstraße 10 | 96224 Burgkunstadt | Internet: [www.baur.de](http://www.baur.de)